

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

USAGES CONTRIBUTIFS SUR INTERNET : LE PODCASTING INDÉPENDANT
ET LE SENS DE SON STYLE

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
MÉLANIE MILLETTE

DÉCEMBRE 2009

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 -Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je souhaite ici prendre le temps de remercier du fond du cœur les personnes sans qui mon parcours à la maîtrise et ce mémoire n'auraient pas été les mêmes. D'abord, mon directeur, M. Serge Proulx, qui m'a accordé sa confiance dès notre première rencontre, alors que j'arrivais du milieu de la publicité avec toute ma candeur et ma motivation. M. Proulx m'a fait une place au sein du LabCMO, puis m'a confié la coordination du GRM, et ces deux expériences ont enrichi comme aucune autre mon passage à la maîtrise.

Il m'est essentiel de souligner l'apport et la générosité des acteurs concernés. Aussi, je remercie les podcasters indépendants qui ont accepté de participer à cette étude et je lève mon chapeau à tous ceux-là qui font leurs propres contenus audio, gratuitement et avec passion.

J'aimerais remercier mes collègues du LabCMO, spécialement Julien, Anne, Christina, Patricia, Stéphane, Josianne, Valérie, Jonathan et Florence qui ont été une source de motivation pour moi, en plus d'être de précieuses ressources. Vos critiques constructives, et la pertinence de vos conseils m'ont permis de rebondir dans des moments creux et d'étoffer ma réflexion.

Je remercie Roselle, à qui j'ai pu partager mes angoisses de recherche et mes questionnements existentiels d'étudiante à l'aube de la trentaine. Rosie, notre amitié riche de plus de quinze ans d'expérience partagée est précieuse pour moi. Mes amies Maude, Kim, Marie-Pier et Sophie, dites « les sacoches », merci pour vos encouragements continuels et vos séances de motivation. Votre douce folie et votre amitié me sont chères. Je remercie également Émilie et Clémence, ainsi que Luc-Etienne et Benjamin, amis découverts dès les premiers séminaires : votre soutien m'a été précieux et votre amitié l'est plus encore.

Je souhaite souligner le soutien de ma famille, qui m'a toujours appuyée dans mes décisions. Je remercie spécialement mes parents, Anne Robert et Daniel Millette, qui ont toujours valorisé et priorisé l'éducation dans notre famille. Merci de m'avoir inculqué le goût d'apprendre et d'avoir cultivé ma curiosité. Sans votre sens des valeurs, votre pragmatisme et votre confiance en mes capacités, tout ceci ne serait jamais survenu. Votre intégrité et votre détermination m'inspirent. Je remercie aussi mes sœurs, Cynthia et Marie-Christine, qui se moquent gentiment de moi dans mes phases « dramatisantes » et qui me soutiennent toujours avec chaleur et humour. Vous êtes merveilleuses, je suis fière des femmes que vous êtes.

Un merci spécial à Mathieu, mon amoureux, qui m'inspire par sa passion et sa vocation pour la science. Merci de m'avoir supportée au quotidien, pendant les fins de sessions, et la rédaction, et les révisions, et puis tous les jours que j'ai passés à triturer ce projet et sa concrétisation. Merci de faire partie de ma vie.

J'aimerais terminer en dédiant ce travail à mes grands-parents, Jeannine Millette et Thérèse et Rolland Robert, qui nous ont quittés pendant que prenait forme ce mémoire. Votre support et votre fierté m'ont réchauffé le cœur, vous me manquez.

AVANT-PROPOS

Je me suis intéressée au podcasting par le biais de mon expérience de productrice publicitaire : ayant œuvré quelques années dans le domaine très effervescent de la publicité, j'ai constaté une migration des budgets des annonceurs. Graduellement, l'industrie publicitaire délaisse les médias traditionnels de masse et se tourne vers des médias alternatifs pour rejoindre les consommateurs de manière plus ciblée. Dans les agences de communication, on s'est mis à surveiller les blogues, les podcasts, les sites comme YouTube et Friendster, à être à l'affût de toute tendance qui permettrait de mieux positionner une marque, de la distinguer de ses concurrentes en utilisant une plateforme du Web 2.0.

De grandes agences de communication se sont intéressées à la publicité virale, diffusée via blogues, podcasts et courriels¹. En travaillant avec ces agences, j'ai été fascinée par le podcasting, qui permet de contourner le problème des pourriels grâce au fil RSS et au fait que c'est l'utilisateur qui vient chercher l'information, et non l'annonceur qui le sollicite. Puis, fatiguée du discours annonceurs / consommateurs, je me suis intéressée aux podcasters comme tels, à ces bricoleurs qui confectionnent des émissions de radio à la maison, avec les moyens du bord, et qui les diffusent sur Internet.

¹ Je pense notamment à la publicité de Molson Ex filmée pendant la Coupe du Monde de football européen de 2006, dans la Petite Italie à Montréal, par Orange Médias pour l'agence Cossette Communication Marketing. J'étais productrice de cette publicité qui reprend l'esthétisme d'une vidéo tournée par un amateur présent dans la foule des partisans. La publicité a d'abord circulé sur Internet et c'est suite à son immense popularité que Molson, alors frileuse par rapport aux médias alternatifs et au style « fait maison », a consenti à ce qu'elle soit diffusée à la télévision. L'effet boule de neige qu'a provoqué la publicité en ligne lui a donné la légitimité de connaître une diffusion de masse. Pour visionner la publicité, voir : <http://www2.infopresse.com/blogs/actualites/archive/2006/08/17/article-18564.aspx>.

Si la publicité s'est tournée vers le podcasting comme moyen ciblé et alternatif de joindre une clientèle, l'idée de ce projet de recherche émerge d'une intuition quant à l'apport que peut avoir ce moyen d'expression et de diffusion sur la culture médiatique, sur la manière de faire de la radio traditionnelle en général, sur les relations que les internautes ont entre eux et sur l'esthétisme que fabriquent ces bricoleurs du Web.

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS	iv
LISTE DES FIGURES	x
RÉSUMÉ	xi
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
OBJET DE RECHERCHE ET PROBLÉMATISATION	3
1.1 Contexte de la recherche : le Web participatif	3
1.2 Qu'est-ce que le podcasting ?	4
1.2.1 Définir le podcasting	4
1.2.1.1 Vers l'objet de recherche : le podcasting indépendant	6
1.2.1.2 Objet de recherche : l'usage du podcasting indépendant	7
1.2.1.3 Spécification linguistique	8
1.3 Revue de la littérature sur le podcasting : vers une spécification de l'objet de recherche	9
1.3.1 Jeunes usagers : la génération Internet	9
1.3.2 Mode de vie et attentes menant à de nouveaux usages	10
1.3.3 Un contenu sur mesure	12
1.3.4 Nomadisme et spécificité	13
1.4 Problématisation de l'objet : culture participative et style du podcasting	14
1.4.1 Culture participative	14
1.4.2 Un rendu « fait maison » et une démarche prisant l'authenticité	15
1.4.3 Cool et avant-gardisme	17
1.4.4 Style et sous-culture : un style du podcasting porteur de sens	18
1.5 Problématique et question de recherche	20
1.5.1 Objectif, spécificité et question de recherche	20
1.5.2 Démarche de recherche	21
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE	23
2.1 La sociologie des usages	24
2.1.1 Posture du chercheur	24
2.1.2 La notion d'usage	25
2.1.3 L'usage contributif	25
2.1.4 L'appropriation	26

2.1.5	La notion d'objet communicationnel	26
2.2	L'apport des <i>cultural studies</i>	28
2.2.1	Une déclinaison des <i>cultural studies</i> : les <i>media studies</i> et la culture de la convergence	29
2.2.1.1	L'utilisateur au cœur de la production de contenu	29
2.2.1.2	Posture du chercheur	30
2.2.1.3	Culture participative	31
2.2.1.4	Les <i>media studies</i> en complémentarité de la sociologie des usages	32
2.2.2	Déclinaison des <i>cultural studies</i> : le sens du style et l'étude des sous-cultures	32
2.2.2.1	La culture comme forme significative et expressive	33
2.2.2.2	La culture et les sous-cultures	34
2.2.2.3	Le sens du style	36
2.2.2.4	Le répertoire stylistique	37
2.2.2.5	Usage, style et bricolage	38
2.3	Du modèle expressiviste au régime de la curiosité	39
2.3.1	Expressivité et extimité	39
2.3.2	De l'expression à la curiosité	40
2.3.3	L'expression comme forme de sens	41
2.3.4	Esthétique du remixage	41
CHAPITRE III		
STRATÉGIE ÉPISTÉMOLOGIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE		44
3.1	Épistémologie de la <i>grounded theory</i>	45
3.1.1	Le terrain au cœur de la démarche	45
3.1.2	Posture spécifique : <i>grounded theory</i> et apport documentaire	46
3.2	Observation participante	47
3.3	Stratégie d'enquête en quatre volets	48
3.3.1	Premier volet : un travail de fond mené en trois temps	48
3.3.1.1	Détails de la participation aux activités des podcasters	49
3.3.1.2	Collecte de données	49
3.3.1.3	Apport du premier volet de la stratégie méthodologique	50
3.3.2	Deuxième volet : conduite d'entretiens semi-dirigés	50
3.3.3	Troisième volet : analyse de sites	52
3.3.3.1	Constitution de l'échantillon	53
3.3.3.2	Pertinence de l'analyse de site	54
3.3.3.3	L'analyse de médias hybrides	55

3.3.3.4	Méthode spécifique pour l'analyse de site.....	56
3.3.3.5	Révision de la stratégie d'analyse de site.....	57
3.3.4	Quatrième volet : analyse de podcasts	58
3.3.4.1	Constitution de la grille d'analyse.....	58
3.3.4.2	Méthode d'écoute	58
3.4	Stratégie pour l'analyse des données	59
3.4.1	De la codification à la catégorisation	59
3.4.2	Montée en théorisation et retour à la littérature.....	60
CHAPITRE IV		
DESCRIPTION : LA PRATIQUE DU PODCASTING.....		61
4.1	Le podcasting : définition par les acteurs	61
4.1.1	Quelques difficultés définitionnelles.....	62
4.1.2	Podcasting, radio diffusée sur Internet et technique de diffusion	63
4.1.3	Au-delà d'un mode de diffusion : une pratique expressive	65
4.2	Usages du podcasting : compétences, expertise et transparence.....	67
4.2.1	Compétences techniques	67
4.2.1.1	Phase préparatoire à l'enregistrement.....	69
4.2.1.2	Enregistrement et reconnaissance de l'expertise du podcaster.....	70
4.2.2	Compétences communicationnelles	71
4.2.2.1	Posture d'adresse et posture de sollicitation.....	72
4.2.2.2	Transparence communicationnelle et technique : ouverture sur les coulisses	73
4.3	De l'authenticité à la reconnaissance : les valeurs dans la pratique du podcasting	77
4.3.1	Authenticité, personnalisation et « fait maison »	77
4.3.1.1	La personnalisation.....	77
4.3.1.2	Le « fait maison »	80
4.3.2	Valorisation et reconnaissance dans la contribution	81
4.3.2.1	Phénomène d'auto-référencement	81
4.3.2.2	Citation et reconnaissance mutuelle.....	83
CHAPITRE V		
ANALYSE : LE STYLE DU PODCASTING INDÉPENDANT		85
5.1	De l'expressivisme à l'identité collective.....	86
5.1.1	Tension entre énonciation de soi et adhésion du public.....	86
5.1.1.1	Performance identitaire dans la pratique.....	87
5.1.1.2	Entre soi et le public : négociation et stratégies d'adhésion	89
5.1.2	Communauté des podcasters et réciprocité des pratiques	91

5.1.2.1	La forme communauté chez les podcasters indépendants	91
5.1.2.2	De la réciprocité au mentorat.....	93
5.1.3	Reconnaissance dans la communauté et identité collective.....	94
5.2	Spécificités stylistiques du podcasting indépendant.....	95
5.2.1	Une grammaire propre	95
5.2.1.1	Régime de la familiarité.....	96
5.2.1.2	Détournement du lexique radiophonique.....	97
5.2.2	Les objets emblématiques du répertoire stylistique	99
5.2.3	Du DJing au rôle identitaire de la musique.....	101
5.2.3.1	La pratique du DJing	101
5.2.3.2	Genres musicaux et sous-cultures	102
5.3	Le style du podcasting indépendant.....	103
5.3.1	Les détournements du podcasting : un « crime » et son sens	103
5.3.2	Une pratique sous-culturelle et le sens de son style	106
CONCLUSION		108
BIBLIOGRAPHIE.....		112

LISTE DES FIGURES

- Figure 1 : Réparation du téléphone mobile du podcaster, avant / après. P. 74
- Figure 2 : Description de l'épisode # 2 du podcast *Les Vagues divagations*. P. 75

RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur le podcasting indépendant. La pratique du podcasting est ici prise dans le contexte général des usages contributifs du Web participatif qui formeraient une culture participative. Nous répondons à la question suivante : dans le contexte des usages contributifs, quelles sont les caractéristiques spécifiques du podcasting indépendant et quel est le sens de son style ? Pour répondre à cette question en deux volets, nous mobilisons un cadre théorique constitué de quatre approches : la sociologie des usages, la déclinaison des *media studies* et l'approche stylistique des sous-cultures des *cultural studies*, de même que le modèle expressiviste. Le terrain est approché par une posture en *grounded theory* à laquelle nous avons jointe une recherche une observation participante auprès des acteurs sur une période de trois ans. Nos résultats montrent la spécificité de la pratique du podcasting indépendant et exposent comment se constitue le sens de son style qui s'inscrit en réaction au modèle médiatique traditionnel.

Mots clés : Internet, usage, usage contributif, culture participative, style, sous-culture, podcasting, podcasting indépendant.

INTRODUCTION

Les usages contributifs sur Internet marquent le Web participatif et ouvrent à un bassin de contenus médiatiques issus de ces contributions. Le podcasting est un usage où la contribution se manifeste par des contenus audio bricolés par des amateurs et diffusés en ligne. Par leur pratique, les podcasters mobilisent des compétences, s'expriment, déploient un jeu de valeurs et tissent des liens signifiants pour eux.

Ce mémoire vise à comprendre ce qu'est le podcasting indépendant et à saisir le sens de son style. Dans le chapitre I, nous expliquerons les questionnements permettant de légitimer notre problématique de recherche et ferons état des quelques travaux scientifiques sur le podcasting. Ce chapitre se terminera par l'énonciation de notre question principale de recherche. Le chapitre II nous permettra de présenter le cadre théorique mobilisé pour atteindre notre objectif quant à une description du podcasting indépendant et à la compréhension de son style. Ce faisant, nous présenterons des théories tirées de la sociologie des usages, de deux déclinaisons des *cultural studies*, soit les *media studies* et l'approche des sous-cultures, ainsi que du modèle de l'expressivisme. Nous en viendrons ensuite, au chapitre III, à expliciter notre posture épistémologique et méthodologique, marquée par une approche en *grounded theory*. Après avoir exposé les quatre volets de notre stratégie de cueillette de données, nous passerons aux chapitres IV et V, dédiés à la description et à l'analyse de nos résultats de recherche.

Le chapitre IV aura comme objectif d'offrir une description exhaustive des principaux rouages de l'usage du podcasting indépendant. Nous débuterons par la définition que les acteurs attribuent à leur propre activité ; les aspérités définitionnelles, les confusions avec la radio ainsi que les spécificités du mode de diffusion y seront exposées. Nous présenterons ensuite les usages du podcasting indépendant sous l'angle spécifique des compétences techniques et communicationnelles mobilisées. Ce chapitre se terminera par l'énonciation

des valeurs qui pointent dans la pratique du podcasting. Nous y expliciterons comment l'authenticité, la personnalisation et le caractère « fait maison » traversent cet usage contributif. Nous en viendrons finalement à expliciter la dynamique entre la valorisation de soi dans les contributions et la reconnaissance qui marque les échanges entre podcasters.

Une fois clos le chapitre IV où ont été exposés les éléments de notre analyse descriptive, nous amorcerons le chapitre V dédié à notre réflexion quant au style du podcasting. Nous ouvrirons ce chapitre en analysant le passage d'un expressivisme individuel à la constitution d'une identité collective chez les podcasters. Les notions de performances identitaires et la relation avec le public y seront examinées, de même que la réciprocité de la pratique au sein de la communauté. Suivra une explicitation des principaux éléments d'une grammaire stylistique propre au podcasting indépendant. Nous y verrons comment le régime de la familiarité et le détournement lexical traversent l'usage du podcasting, quels objets marquent son répertoire stylistique, de même que le rôle qu'y jouent le DJing et la musique. Ce chapitre se terminera par une analyse du style du podcasting indépendant où nous verrons comment il se charge de sens dans le contexte médiatique et culturel général.

CHAPITRE I

OBJET DE RECHERCHE ET PROBLÉMATISATION

Dans ce chapitre, nous préciserons notre objet de recherche, et présenterons l'état des recherches sur le podcasting. Nous verrons que les définitions du podcasting ne font pas consensus, que les visions des acteurs et des chercheurs sont divergentes. Nous présenterons les pistes d'une définition du podcasting pratiqué de manière indépendante, qui constituera notre objet de recherche. Nous poserons ensuite les bases de ce qui apparaît comme une culture participative sur Internet constituée des usages contributifs des usagers de la Toile. Nous en viendrons ensuite à réfléchir aux traits spécifiques de cette culture, pourtant éclatée et mouvante, et à ceux qui s'attachent particulièrement au podcasting indépendant. Cela nous permettra de formuler notre question de recherche qui s'articulera en deux phases : la première visera à saisir ce qu'est le podcasting indépendant tant au niveau de son usage et de son répertoire stylistique propre ; la deuxième cherchera à comprendre le sens de ce style.

1.1 Contexte de la recherche : le Web participatif

Une culture participative émerge grâce aux technologies Web de deuxième génération, que l'on nomme aussi « Web 2.0 » (O'Reilly 2004), où les usagers passent du statut de récepteurs à celui d'émetteurs en diffusant des contenus en ligne. Cette nouvelle version du Web s'inscrit *a contrario* de la plateforme Internet à ses débuts (la version 1.0), où seules les personnes compétentes, programmeurs ou techniciens, diffusaient des contenus. Le contexte actuel offre la possibilité à quiconque possède un ordinateur et un accès Internet de prendre la

parole sur la Toile. Concrètement, cela se traduit par l'apparition de blogs, de sites de mise en commun des contenus comme Flickr (pour la photographie) et YouTube (pour la vidéo), de partages d'informations poste-à-poste (*peer-to-peer*), bref de contenus générés par les usagers (*user generated content* – UGC) et disponibles à la masse des internautes.

C'est dans ce contexte qu'apparaît le podcasting, en 2004, dans la foulée de la prolifération des UGC sur Internet (Berry 2006 : 143). Le podcasting est une manifestation peu connue du public et peu étudiée par les chercheurs, mais pourtant très présente en ligne.

1.2 Qu'est-ce que le podcasting ?

Le terme podcasting est un mot-valise qui résulte de la fusion des termes « iPod », le nom du baladeur numérique créé par la firme Apple, et « broadcasting » qui signifie littéralement « diffusion » (Wikipédia - L'encyclopédie libre, en ligne). Cette appellation anglophone a été popularisée par l'un des pionniers du podcasting, l'ancien VJ² de la chaîne télévisée pour adolescents MTV, Adam Curry. Sans être l'inventeur du podcasting, quoique cela soit sujet à controverse chez les podcasters (Berry 2006 : 152), Curry a énormément contribué à populariser le phénomène par le succès de son propre podcast, le *Daily Source Code* qui est aujourd'hui encore enregistré, ainsi que par ses nombreuses interventions dans les médias pour faire connaître cette manière de s'exprimer via le Web.

1.2.1 Définir le podcasting

Définir le podcasting est un défi intéressant. D'abord, le podcasting est l'un des phénomènes les moins étudiés de ceux issus des contenus générés par les usagers du Web

² Un VJ est un *video jockey*, métier dérivé du *disc jockey* (DJ), soit une personne qui présente les vidéoclips sur les chaînes télévisées spécialisées comme Musique Plus et Much Music.

participatif. Ensuite, les scientifiques et observateurs qui s'y intéressent ne s'entendent pas sur une définition de ce qu'est le podcasting. Pour Richard Berry, spécialiste de la radio du Centre for Research in Media and Cultural Studies de l'université de Sunderland en Angleterre, le podcasting est un média hybride et convergeant où se rencontrent à la fois l'audio, le réseau Internet et les appareils médiatiques portables comme les lecteurs MP3 (2006 : 144). Plus spécifiquement, l'auteur définit le podcasting comme étant un contenu médiatique livré automatiquement à un usager qui s'inscrit à une liste de diffusion via Internet (*Ibid.*). Cette manière de définir le podcasting se déroule en trois moments.

- 1- D'abord la création du contenu médiatique rendu disponible en ligne.
- 2- Ensuite l'inscription d'un usager à un flux de syndication des contenus (de type RSS ou ATOM) de la page Web où est hébergé le contenu.
- 3- Finalement le téléchargement automatique de tout contenu nouvellement disponible, directement sur l'ordinateur de l'usager inscrit.

Ainsi, lorsqu'un usager découvre un podcast qu'il aime, il repère sur la page du podcaster l'icône d'un flux de syndication et y clique afin d'inscrire ce podcast à son agrégateur de nouvelles ou à un agrégateur spécialisé - par exemple, iTunes possède un agrégateur de podcasts. Ce type de procédé est utilisé afin de gérer les contenus sélectionnés sur la Toile de sorte que l'utilisateur soit avisé automatiquement de tous nouveaux contenus déposés sur les sites qu'il a identifiés. Dès que l'usager en question est en ligne, les contenus neufs se téléchargent sur son ordinateur et constituent une banque de contenus qui peuvent être écoutés directement sur l'ordinateur, via des logiciels comme Windows Media Player, iTunes et autres Quicktime, ou encore déplacé sur un baladeur numérique ou un téléphone mobile adapté. C'est pourquoi on pourrait parler d'une « radio portative sur demande » pour expliquer grossièrement ce qu'est le podcasting.

1.2.1.1 Vers l'objet de recherche : le podcasting indépendant

Pour certains podcasters, assimiler le podcasting à de la radio est réducteur. Pour MC Turgeon, pionnière du blogue et du podcasting au Québec, le « vrai » podcasting n'est définitivement pas l'équivalent portatif d'une émission de radio traditionnelle (Turgeon 2005 a : en ligne). Pour Turgeon, le podcasting doit se distinguer de la radio traditionnelle autrement que par sa simple portabilité, sinon il s'agit de diffusion radio sur Internet, rien de plus. Plus spécifiquement, elle dresse sur son blogue, *Vu d'ici / Seen From Here*, une liste des caractéristiques particulières de ce qu'elle entend par « vrai » podcasting. Rédigée en vrac, suivant la spontanéité du moment, cette liste pointe des traits caractéristiques d'un type de podcasting que nous appellerons *indépendant*.

What "real" podcast is or could be :

[...]

- *personal - the podcaster talk [sic] about his personal life, feelings, emotions, expression of one's mind*
- *with spontaneity*
- *improvise, explore the unknown which is of course what brings in innovation*
- *portable*
- *available in any time and space*
- *free*
- *directly connected to the web*
- *organic and alive, can start or stop at any time*
- *actual (rss delivers news about a new post or show in the minute it is online) [...]*

(Turgeon 2005 a : en ligne).

Suite à la publication de ce billet, plusieurs commentateurs ont discuté des éléments caractérisant le podcasting et Turgeon a admis dans la suite des commentaires que certaines de ces caractéristiques sont partagées par la radio, la spontanéité par exemple. Il est cependant évident que bien que des animateurs de radio soient libres d'improviser en onde,

certaines contraintes existent : le temps d'antenne, les commanditaires et les annonceurs, de même que l'image de marque de la station, pour ne nommer que celles-là.

Le podcaster solitaire n'a aucune barrière de ce genre. Ainsi, quand Turgeon parle du podcasting comme étant « *free* », il faut comprendre « libre », comme le mentionne un commentateur de son billet de blogue : « [...] *radio is most of the time "free as a beer", but podcasting by nature is "free as libre". Free (libre) of any censorship, commercial greed and over-editing.* » (*Ibid.*). Richard Berry fait écho à ce commentaire en mentionnant que le podcasting offre une liberté d'écoute et de création, loin des modèles traditionnels médiatiques où des *gate-keepers* interviennent dans le mode de production (2006 : 145 - 146).

Conséquemment, Turgeon croit que considérer une émission de radio traditionnelle disponible sur Internet (par exemple la baladodiffusion de Radio-Canada) comme étant du podcasting n'est pas rendre justice à la créativité des podcasters. Ce type de diffusion et les podcasts « commerciaux ou professionnels [sont] l'équivalent d'une radio traditionnelle portable », situation déplorable pour Turgeon, car outre son aspect mobile, rien ne distingue ces podcasts de la radio traditionnelle (Turgeon 2005 a : en ligne).

1.2.1.2 Objet de recherche : l'usage du podcasting indépendant

La présente recherche s'intéressera à ce type de podcasting : le podcasting non-institutionnalisé, non-commercial, créé spécifiquement pour une diffusion sur Internet, que nous appellerons « podcasting indépendant ». La définition que nous utiliserons considère le podcasting comme résultant de l'initiative d'un usager (ou groupe d'utilisateurs) indépendant, créant ses contenus avec le matériel dont il dispose, de manière privée et non institutionnalisée, loin des moyens de diffusion professionnels et des contraintes commerciales de l'industrie culturelle. La formation du podcaster est secondaire, l'utilisateur peut être un amateur ou avoir une formation professionnelle connexe, en communication par exemple. L'essentiel de cette définition réside dans le fait que le podcast soit créé dans un

contexte indépendant, à partir des moyens personnels d'un individu et hors du cadre des institutions médiatiques.

Le podcasting sera considéré comme un usage d'un dispositif technologique et nous nous inspirerons en cela de travaux menés à l'Université McGill (Sterne *et al.* 2008). Pour ces chercheurs, le podcasting est une pratique prenant en compte un réseau d'acteurs, de technologies et d'habitudes (*Ibid.* : 2). Dans ces travaux, le podcasting est étudié dans une approche historique et sa mobilité – nous dirions plutôt portabilité – est un trait caractéristique important. De plus, le podcasting est pour Sterne *et al.* une pratique qui s'inscrit dans un modèle *alternatif* de diffusion et de création culturelle (*Ibid.*), ce en quoi les chercheurs de McGill rejoignent divers observateurs des médias (Bruns 2008 ; Jenkins 2006). Nous rejoignons ce cadre de définitions, mais en préférant le concept d'usage à celui de pratique.

L'usage implique une prise en compte du contexte précis et spécifique dans lequel se déploie l'activité d'un acteur avec un dispositif technique (Breton et Proulx 2006 : 257). La pratique est plutôt comprise comme une catégorie plus large sous laquelle figurent les diverses activités sociales (*Ibid.*). Or, le billet de MC Turgeon mentionné plus haut nous permet de croire que c'est vers l'usage du podcasting qu'il faut porter le regard pour en saisir les spécificités. Ainsi, cette recherche aura pour objet l'usage du podcasting indépendant.

1.2.1.3 Spécification linguistique

Nous maintiendrons l'appellation anglophone « podcasting » tout au long de ce document. Car bien que l'Office québécoise de la langue française ait adopté en 2005 les mots « baladodiffusion » et « balado » pour traduire les termes « podcasting » et « podcast », nos discussions préliminaires avec des podcasters ont révélé que l'emploi du mot « podcasting » est spontané et bien ancré dans les habitudes des acteurs, alors que le mot « baladodiffusion » est employé de manière moins courante et par souci de francisation. Bien que nous soyons en faveur d'une utilisation rigoureuse de la langue française, nous opterons ici pour la nomination des acteurs et utiliserons donc « podcasting ».

1.3 Revue de la littérature sur le podcasting : vers une spécification de l'objet de recherche

Comme les autres UGC, le podcasting indépendant émerge dans la foulée de divers changements dans nos sociétés, notamment techniques et économiques. En effet, il serait impensable que des internautes génèrent des contenus sans l'amélioration des performances et la baisse des coûts des appareils que sont les ordinateurs, caméras et autres microphones. Cependant, cela ne suffit pas pour que se mette en place le phénomène de participation médiatique auquel on assiste actuellement.

Sans pencher du côté du déterminisme social, il convient de mentionner que la vague d'UGC coïncide avec la montée d'une nouvelle génération d'utilisateurs qui semblent avoir un rapport aux médias différent que celui des générations antérieures. C'est en effectuant des recherches pour comprendre la baisse de l'écoute enregistrée par les stations de radio en Amérique du Nord et en Europe que des scientifiques ont remarqué cette jeune génération d'utilisateurs (Berry 2006 ; O'Neill 2006 ; OFCOM 2004 ; Jenkins 2004).

1.3.1 Jeunes utilisateurs : la génération Internet

Selon Bernard Prél, « l'esprit d'une génération » se forge pendant tout le cheminement scolaire, entre des individus nés au même moment et qui partagent de ce fait une expérience de certains événements historiques, culturels, économiques et sociaux (2000 : 10). Le fait de vivre sa jeunesse dans un contexte historique donné est primordial pour Prél, car c'est à cette période de la vie que le caractère se forge et que l'on effectue ses premiers choix de vie. Le modèle générationnel de Prél s'inspire ainsi de la théorie des générations de Karl Mannheim (1928) qui « détache la génération de l'âge et la définit par l'histoire, par le contexte qui la forge et lui donne sa personnalité originale » (Prél 2000 : 17). Notons cependant que la notion d'âge n'est pas à évacuer pour autant, car il existe une certaine solidarité par l'âge, qui découle de « l'âge social » associé à certains passages : par exemple

l'âge de se marier, l'âge de quitter le nid familial, l'âge pour conduire une voiture (Préel, 2000, p. 37 - 38).

Ceux que nous appelons « jeunes usagers » sont des individus, nés entre 1975 et 1984 qui forment la « génération Internet » (Préel 2000 : 117). Préel nomme cette génération ainsi car l'événement historique marquant la jeunesse de ces individus est l'arrivée du réseau Internet dans les foyers.

La génération Internet de Préel est marquée par la montée de l'ordinateur personnel dont l'usage s'est juxtaposé à celui du réseau. Cette génération a ainsi développé un rapport à la musique et à la vidéo marquée par la possibilité d'interagir avec les contenus par l'appropriation des moyens techniques. Ces jeunes se sont « appropriés sur un mode ludique les nouvelles machines qui donnent à chacun le sentiment d'être un créateur ou plutôt un 'recréateur', [...] » (Préel 2000 : 118). Ces usagers des TIC s'adonnent au remixage, au collage et au montage de contenus audiovisuels. À ce titre, les podcasters qui mêlent pratiques de DJing, d'échantillonnage et d'enregistrement sont des représentants types de la génération Internet telle que définie par Bernard Préel.

1.3.2 Mode de vie et attentes menant à de nouveaux usages

Richard Berry nomme ces jeunes usagers la « génération sans fil » (Berry 2006 : 148). Les analyses de Berry posent cette génération comme étant porteuse d'un mode de vie qui représente un changement fondamental dans la relation entre les usagers et les médias. En effet, ceux que certains appellent les « natifs du numérique » ont grandi avec l'ordinateur, aussi l'utilisation des téléphones mobiles et autres iPod est naturelle pour eux. Berry mentionne : « *This is an audience which communicates via text messages (SMS) and instant messaging and for whom using technology is easy and second nature* » (2006 : 149). Conséquemment, cette génération d'usagers apporte des changements fondamentaux au niveau du mode de vie et des attentes face aux médias (*Ibid.*). Ce mode de vie implique des pratiques qui se ressentent chez les radios traditionnelles par une baisse des cotes d'écoute.

Dans une vaste étude visant à cerner les habitudes des 18 – 30 ans par rapport à la radio, l'Office Of Communications britannique (OFCOM) a découvert que cette tranche de l'auditoire a un fort désir de contrôle sur les contenus audio qu'elle écoute et n'a que peu de tolérance pour les pièces musicales qu'elle n'aime pas, les publicités de piètre qualité (« *crappy adverts* »), et les sélections musicales répétitives (2004 : 18-21). Plus encore, les jeunes interrogés ont cité l'intelligence et la passion de la musique comme étant des qualités recherchées chez un animateur radio ; critères qui s'ajoutent à leur désir d'une programmation musicale originale et qui corresponde à leurs goûts (OFCOM 2004 : 21). Ces attentes des jeunes usagers contribuent à leur désertion des radios traditionnelles et à leur intérêt pour le podcasting. Car, en se détournant de la radio traditionnelle au profit du podcasting, ces jeunes ont accès à une sélection musicale personnalisée et extrêmement variée, l'animateur est souvent passionné (suffisamment pour s'équiper et produire son podcast) et la publicité est rare. Ces jeunes usagers se tournent vers le podcasting et les listes musicales personnelles à un point tel que l'OFCOM les a nommés la « génération iPod » (2004).

Le chercheur du MIT Henry Jenkins parle quant à lui de « nouveaux usagers » qui ont des habitudes médiatiques infidèles et mouvantes, ce qui contraste avec les usages des générations précédentes : « *if old consumers were predictable and stationary, then new consumers are migratory, showing a declining loyalty to networks or even media* » (Jenkins 2004 : 37). La génération Internet butine donc sur la Toile, cueillant les contenus qui l'intéressent sans développer un lien d'attachement et une fidélité aussi forte que les générations précédentes à un producteur de contenus spécifique.

Il se dégage de ces études que les jeunes usagers se tournent de plus en plus vers des modes de production et de diffusion médiatique alternatifs parce que les contenus pertinents pour eux se retrouvent de moins en moins dans les médias de masse traditionnels. Le développement d'Internet et des technologies du Web 2.0 leur permettent de télécharger et de créer des contenus qui conviennent sur mesure à leurs goûts.

1.3.3 Un contenu sur mesure

MC Turgeon croit que le podcasting possède la particularité de permettre la création de contenus qui correspondent exactement aux préoccupations des usagers, qui aient un caractère intimiste, voir carrément intime, mais surtout personnalisé (Turgeon 2005 a : en ligne). Un podcaster crée selon ses goûts personnels, ce qui rend le contenu généré souvent très spécifique et original. Par exemple, un mordru de la pêche à la mouche pourrait enregistrer ses chroniques sur son passe-temps, entrecoupant les séquences parlées de la musique composée par le groupe country de son beau-frère.

Le corollaire de cet aspect personnalisé du podcasting est que les auditeurs de podcasts recherchent eux aussi des contenus qui leur correspondent exactement. Ainsi, la nature spécialisée du podcasting conjuguée à la diffusion par Internet, qui ouvre à un immense bassin d'auditeurs, permet potentiellement à tout public de trouver un contenu qui lui convient. Comme le mentionne Richard Berry : « [...] *the niche nature of podcasting offers a very focused delivery mechanism, targeting smaller groups of geographically disparate yet like-minded individuals.* » (2006 : 153). L'auditoire d'un podcast est ainsi très souvent constitué de personnes qui partagent des goûts musicaux pointus ou des thèmes de prédilection précis. Dans cette logique, les agrégateurs de contenus sont des outils fort utiles qui permettent aux usagers de consulter les podcasts par thème abordé, style musicaux, style d'animation.

Pour Richard Berry, cela impose le podcasting comme un lieu où le « contenu est roi » (2006 : 148). Le contenu dicte la durée du podcast, qui peut s'étirer sur plusieurs dizaines de minutes si l'on traite de sujets complexes, ou prendre la forme d'une capsule éclair s'il s'agit d'un jeu de mots ou d'une farce. Le type de contenu devient aussi le principal critère de sélection pour l'écoute d'un podcast, vu l'extrême souplesse qu'offre son mode de diffusion. Non seulement les contraintes du temps et du lieu de diffusion des médias de masse sont abolies, mais le podcasting permet d'écouter un contenu de manière mobile à l'aide d'un lecteur numérique portable. La seule contrainte guidant l'écoute se réduit au contenu : sélection musicale, propos tenus et style d'animation du podcaster font que l'on s'abonne ou

pas à un podcast. C'est justement à ce niveau que le podcasting connecte avec le style de vie de la jeune génération d'utilisateurs.

1.3.4 Nomadisme et spécificité

La revue de la littérature sur le podcasting et les informations sur la « génération sans fil » nous permettent de poser que le mode de vie et les attentes des jeunes utilisateurs envers les médias semblent marqués par deux valeurs principales, intimement liées : la spécificité et le nomadisme.

Spécificité : Cette valeur paraît très importante pour ces utilisateurs qui veulent des contenus sur mesure, qui correspondent exactement à leurs goûts, loin du formatage des institutions culturelles.

Nomadisme : Cette valeur découle de la spécificité, mais cette fois au niveau du contexte d'écoute ou de visionnement. Les contenus médiatiques doivent avoir le potentiel de suivre les jeunes utilisateurs dans leurs déplacements et se fondre à leur agenda. Un contenu doit donc se compresser de manière à loger dans un téléphone portable multifonctionnel ou dans un appareil comme l'iPod. Les jeunes utilisateurs sont mobiles et s'attendent à ce que les contenus médiatiques le soient aussi. L'écoute ou le visionnement d'un contenu se fera au moment opportun pour l'utilisateur et non à celui imposé par la grille horaire d'un média de masse.

Les jeunes utilisateurs sont des nomades de la case horaire et du poste d'écoute et ils n'hésitent pas à créer eux-mêmes leurs propres contenus médiatiques pour satisfaire leurs envies : ce saut d'auditeur à créateur est naturel pour eux (Bruns 2008 ; Jenkins 2006). Les jeunes utilisateurs sont de prolifiques créateurs d'UGC ; blogueurs, podcasters et autres vidéoblogueurs ont endossé un rôle actif, celui de créateur de contenu. Or, de telles manifestations ne fondent-elles pas graduellement de nouveaux référents, de nouveaux usages et de nouveaux symboles qui constitueraient une culture en ligne ?

1.4 Problématisation de l'objet : culture participative et style du podcasting

Les UGC forment un ensemble éclaté, varié au possible. Néanmoins ils partagent la caractéristique d'être le résultat de l'initiative d'un usager qui contribue en ligne et participe ainsi à la constitution d'un répertoire hétéroclite sur la Toile.

1.4.1 Culture participative

Une culture implique un partage de valeurs, un bagage de référents communs pertinents pour les personnes se revendiquant de cette culture. Il résulte de l'abondance des UGC sur la Toile un bagage médiatique et symbolique que certains chercheurs analysent comme une culture dite « participative » parce qu'elle est issue de la participation des internautes dans la création de contenus diffusés sur le Web.

The term, participatory culture, contrasts with older notions of passive media spectatorship. Rather than talking about media producers and consumers as occupying separate roles, we might now see them as participants who interact with each other according to a new set of rules that none of us fully understands. (Jenkins 2006 : 3).

Pour Axel Bruns, cette culture participative implique de revoir l'appellation des rôles « classiques » des personnes impliquées dans le cycle médiatique, producteurs et utilisateurs, afin de les fusionner sous l'appellation « *produser* » (2008). Bien que nous n'adoptions pas cette appellation pour éviter les confusions liées à la traduction du concept, nous retenons des travaux de Bruns que l'usager d'Internet est dorénavant un acteur clé de la création et du remixage des contenus médiatiques, ce que Serge Proulx nomme l'« usage contributif » (2009).

En menant leurs activités de contribution en ligne, les usagers laissent leur marque sur les contenus. De la même manière que les cinéastes du Dogme européen ou du cinéma-vérité

québécois étaient porteurs d'un type esthétique et narratif précis, il est plausible de croire que les usagers qui contribuent en ligne portent une signature spécifique. Parce qu'elle s'ancre dans des initiatives d'amateurs qui désirent s'exprimer, créer et socialiser, quitte à produire des contenus maladroits ou hors des normes conventionnelles, cette culture participative est potentiellement traversée de la pulsion d'être soi-même, d'être reconnu comme tel et de communiquer sur ces bases. Si cela semble être une hypothèse raisonnable, que nous aborderons plus en détail au chapitre II, qu'en est-il des usages spécifiques de cette culture participative? Le podcasting indépendant possède-t-il des traits propres ou des aspects « types » par rapport à cette culture participative?

1.4.2 Un rendu « fait maison » et une démarche prisant l'authenticité

Comme la plupart des usagers contribuant en ligne, les podcasters créent leurs contenus audio avec les moyens du bord, s'écartant ainsi de la norme des médias traditionnels de masse. La création de contenu médiatique sur Internet est d'ailleurs interprétée par plusieurs chercheurs comme un mode de production alternatif (Bruns 2008 ; Sterne *et al.* 2008 ; Jenkins 2006).

Le contenu « fait maison » s'accompagne d'un habillage que nous qualifions de *trash*, au sens de « poubelle », pour marquer la rupture avec le style normatif des productions traditionnelles de masse. Cette appellation courante dans le milieu de la production médiatique découle également du fait que les standards de qualité des UGC sont plutôt bas quant à la forme. En effet, le *trash* résulte en grande partie des contingences matérielles de la production médiatique pour des personnes hors des industries culturelles. Par exemple, le tournage et le montage d'un film sont faits à la maison, avec des équipements amateurs ou semi-professionnels, la diffusion s'opère avec les ressources disponibles, souvent sur des sites de partage comme YouTube où l'on retrouve des maximums quant au poids du fichier qu'il est possible de déposer - ce qui implique une compression de l'image et du son qui en altère la qualité. Les mêmes contingences s'appliquent au podcasting : le grain de la voix est parfois entaché de bruits ambiants, la manipulation du microphone est audible, de même que la respiration du podcaster. Dans le milieu de la production télévisuelle québécoise, le terme

trash est souvent employé pour décrire ce style, avec ses images « sales » parce que compressées, et sa forme imparfaite, comme si un amateur avait filmé et non un caméraman professionnel.³

De la même manière, la facture sonore du podcasting indépendant varie énormément d'un podcast à l'autre, le niveau de la qualité relève des compétences et des ressources techniques de chaque podcaster. À l'écoute, cela se traduit par une captation sonore parfois inégale, où le dosage du volume de la voix et de la musique n'est pas toujours adéquat et où les bruits de bouche sont présents. Par exemple, la large majorité des podcasts que nous écoutons nécessitent que l'on ajuste le volume entre les interventions micro et les pièces musicales, le niveau sonore étant inégal. Le côté « fait maison » de ces créations se sent, s'entend ; il est aussi possible de parler d'amateurisme, car rares sont les podcasters qui ont une formation professionnelle en radio ou en montage sonore. Le podcaster s'improvise animateur, mixeur, DJ, monteur et réalisateur, il a l'entière liberté sur son podcast, avec les compromis que cela implique quant à un écart avec la qualité « professionnelle » des productions médiatiques de masse. Richard Berry évoque avec justesse que le style du podcasting sera familier aux auditeurs de radios pirates ou communautaires, qui reconnaîtront la facture bricolée de la réalisation (2006 : 153).

Pour la podcaster MC Turgeon, cet état de fait découle de l'authenticité valorisée dans le podcasting indépendant : pour elle, le podcasting est d'abord le lieu d'un contact humain, d'un partage d'idées authentique. L'écoute de podcasts indépendants permet de poser que cette authenticité se ressent dans l'animation de plusieurs podcasters, souvent improvisée et livrée à la manière d'un « faux direct », sans miser sur le montage pour camoufler une éventuelle bétise. Ainsi, il est fréquent d'entendre un podcaster bafouiller, chercher une expression juste ou tout simplement se tromper et le mentionner au micro sans plus de cérémonie. Au niveau des sujets abordés et de leur angle de traitement, cette authenticité se

³ Notre expérience de productrice publicitaire nous permet de témoigner de la récupération de cet esthétisme, notamment dans des campagnes publicitaires virales d'envergure comme celle de la bière Molson Ex, mentionnée dans notre avant-propos, qui a été menée en 2006 suite au Mondial de football européen. Voir : <http://www.youtube.com/watch?v=sMfFRS4zR4w>

ressent par un investissement du podcaster dans les sujets traités. Les interventions parlées possèdent parfois un fort penchant éditorial ou affirment une opinion endossée par le podcaster et soumise aux auditeurs. C'est notamment le cas de plusieurs podcasts indépendants de la première heure du podcasting, comme *In Over Your Head* du montréalais Julien Smith (<http://inoveryourhead.net>).

1.4.3 Cool et avant-gardisme

Le podcasting, surtout à ses débuts, était peu connu du public. On pourrait l'associer à une pratique marginale et avant-gardiste, répandue chez une poignée d'usagers experts d'Internet bien avant que iTunes n'élargisse ses services à l'aggrégation de podcasts. Lors d'entretiens exploratoires avec des podcasters, le mot « cool » est revenu souvent pour qualifier le podcasting : en découvrant ce qu'est le podcasting indépendant, « j'ai trouvé ça cool » (Laurent LaSalle, *Mes paroles s'envolent*). Or qu'en est-il de cette notion populaire?

Pour Thomas Frank, le cool se situe dans une tension entre la marginalité de la contre-culture et l'intégration à la culture de masse (1998). Frank situe les racines du cool au niveau de la jeunesse américaine des années 1960, dans le déploiement d'un style de vie alternatif qui a par la suite été intégré par les standards de la culture de masse. Frank pose un regard critique sur ce concept et la manière dont il a été récupéré par l'industrie de la publicité par l'élaboration d'une « contre-rhétorique publicitaire » (Arvidsson 2000 : 277). Nous retenons de cette compréhension du cool que ce concept est intimement lié à la nouveauté, à la jeunesse et à un certain avant-gardisme endossé avec assurance. En d'autres mots, le cool est une nouveauté assumée, marginale mais en voie d'être reconnue et intégrée par la culture de masse.

Pour Steven Levy, le cool est, par sa nature, indéfinissable et insaisissable (2006 : 112). En ce sens, Levy recoupe Frank et le dépasse : chez Levy, le cool est mouvant, entre marginalité et culture populaire, mais il n'est plus cool dès qu'on le saisit et l'intègre dans un cadre normatif. Pour Levy, le cool est donc intimement lié à l'avant-gardisme. Le cool implique également une prise en compte du contexte et des qualités intrinsèques d'un objet,

d'une tendance ou d'un mouvement. Prenant l'exemple du iPod, Levy pose que l'aura cool entourant le lecteur mobile d'Apple a émergé de la conjugaison de son design épuré, de son efficience technique, de son adoption par des *primary users* célèbres, du placement de produits dans des séries télévisées cultes comme *Sex And The City*, ainsi que par une campagne publicitaire soutenue et finement menée (2006). Sans ce contexte spécifique, l'iPod n'aurait pas bénéficié d'une telle « coolitude ».

Si nous nous appuyons sur ces principes, le podcasting indépendant serait cool par son aspect marginal et avant-gardiste : peu de personnes en écoutent, très peu en font, la culture de masse tente de se l'approprier, notamment la radio d'État. Par sa nature et ses contingences techniques, y aurait-il une aura de « coolitude » qui perdurerait autour du podcasting indépendant? Cela pourrait-il être lié au fait de son avant-gardisme, de sa singularité par rapport aux productions audio institutionnalisées? Le podcasting indépendant aurait-il un style particulier qui s'apparenterait à une culture d'Internet?

1.4.4 Style et sous-culture : un style du podcasting porteur de sens

Lorsqu'il est question de « style », le regard se porte sur la partie visible d'un phénomène social, d'un groupe : le look, les habitudes, les activités, les objets utilisés et autres spécificités langagières sont autant de pistes significatives pour une culture spécifique. De fait, la notion de « style » est intimement liée à celle de culture et de sous-culture.

Une sous-culture existe en marge d'une culture dominante, et non « sous » celle-ci en termes de subordination hiérarchique (Clarke *et al.* 1976). Une sous-culture émerge d'un contexte précis où un groupe de personnes partagent des valeurs et des expériences qui les placent dans un rapport à la culture dominante qui détonne, qui ne cadre pas avec la lecture normative de leur situation (*Ibid.*). Pour ces personnes, le partage de valeurs et d'expériences dans un rapport en écart avec la culture dominante donne un sens à leur situation sociale. Comme le mentionne Ken Gelder : « *Subcultures are groups of people that are in some way represented as non-normative and/or marginal through their particular interests and practices, through what they are, what they do and where they do it.* » (Gelder 2005 : 1). Ce

sont ces pratiques, lieux et intérêts qui constituent le répertoire stylistique de cette sous-culture.

Un style comporte des codes qui cristallisent des traits homogènes de la sous-culture, symbolisant ainsi le rapport au monde et à la culture dominante vécu par ce groupe (Hebdige 2008 : 6-7). À travers des thèmes de prédilection, des activités, des vêtements, des lieux de rassemblement, ce groupe construit un répertoire stylistique spécifique tributaire de significations propres. Dans cette dynamique, le style d'une sous-culture agit comme un indicateur d'une différence assumée, comme un « défi à l'ordre symbolique » normatif (Hebdige 2008 : 96-97). Plus précisément, le style d'un individu avise son entourage de son appartenance à une identité collective en marge (*Ibid.* : 108).

Les travaux de Dick Hebdige sur le style et les sous-cultures ont été inspirés par l'émergence de mouvements de jeunes dans l'Angleterre de l'après-guerre, par le besoin de comprendre les sources de ces regroupements et la signification de leurs tenues singulières (Pitre 2003 : 1). Pour Hebdige, le style punk était riche de significations dépassant largement la lecture provocatrice qu'en faisaient communément les gens. Plus encore, le chercheur y voyait l'occasion d'éclairer un aspect de la société anglaise, de contribuer ainsi à mieux la cerner. Pour lui, le style représentait une entrée particulièrement riche pour l'analyse de ces groupes d'individus, comme le mentionne Shawn Pitre dans sa lecture d'Hebdige : « *Hebdige considers style to be the most semiotically impregnated domain of subcultures and the arena, par excellence, for the negotiation of identity and power relations.* » (Pitre 2003 : 2). L'examen d'un répertoire stylistique particulier permettrait ainsi de saisir les tensions identitaires et de pouvoir à l'œuvre chez les individus d'un groupe donné.

1.5 Problématique et question de recherche

L'usage du podcasting indépendant s'inscrit dans une culture participative d'Internet, qui s'insère elle-même dans le cadre plus large des médias et de leurs cultures. Ce contexte relativement récent évolue rapidement et reste relativement peu étudié. Il serait plausible de poser qu'une pratique comme le podcasting indépendant comporte dans son ensemble des codes significatifs de la culture participative, de même que certains traits spécifiques, relevant strictement du rapport des podcasters au contexte médiatique général, voire de celui qu'ils entretiennent avec la société en général.

Déjà, une description fine de l'usage du podcasting indépendant, appréhendé comme tel, contribuerait à éclairer un pan des contributions en ligne qui n'est documenté que très partiellement. Les quelques chercheurs ayant étudié le podcasting indépendant le considèrent souvent de façon indifférenciée par rapport à son pendant institutionnalisé (O'Neill, 2006 ; Neumark, 2006 ; Levy, 2006 ; Berry 2006), et axent le regard sur le caractère sociotechnique, mobile ou radiophonique du podcasting (Berry 2006 ; Sterne *et al.* 2008 ; O'Neill 2006 ; OFCOM 2004). Or, nous adopterons une posture alternative et souhaitons contribuer à cerner davantage la pratique spécifique du podcasting indépendant.

1.5.1 Objectif, spécificité et question de recherche

Nos observations préliminaires du terrain nous porte à croire que le podcasting indépendant est un phénomène spécifique, qui s'est développé en marge des médias de masse traditionnels et qu'il convient d'étudier comme tel afin d'en saisir les enjeux et d'en comprendre l'usage. Nous proposons d'axer notre recherche sur l'objet spécifique qu'est le podcasting indépendant. Nous ne souhaitons pas suivre l'angle d'analyse technique, mobile ou radiophonique du podcasting, et notre objectif de recherche consiste à observer le podcasting indépendant de l'intérieur et à porter le regard sur l'aspect culturel du podcasting indépendant tel que défini par les usagers.

Un contact étroit avec des podcasters indépendants nous porte à poser l'hypothèse que cet usage nourrit une spécificité de la culture participative d'Internet. Partant de l'hypothèse d'une spécificité du podcasting indépendant, telle que développée dans la phase exploratoire de cette recherche, notre question principale de recherche se posera ainsi en deux temps.

D'abord, nous nous attacherons aux caractéristiques du podcasting indépendant, afin d'arriver à définir de manière fine et systématique ce qu'est ce phénomène. Ensuite, nous nous engagerons dans la voie de l'observation stylistique : advenant son existence effective, nous examinerons le style de ce type de podcasting afin d'en saisir les contours et d'en dégager des pistes de sens. Notre question de recherche se posera donc selon les termes suivants :

Dans le contexte des usages contributifs, quelles sont les caractéristiques spécifiques du podcasting indépendant et quel est le sens de son style ?

1.5.2 Démarche de recherche

Pour répondre à cette question en deux temps, nous mobiliserons un cadre théorique principalement ancré dans deux traditions de recherche spécifiques: les *cultural studies* et la sociologie des usages. La branche des *media studies* découlant des *cultural studies* apportera un cadrage au niveau du contexte de la culture participative et une vision globale du phénomène. Les travaux sur les sous-culture et les cultures déviantes et jeunes des *cultural studies* nous permettront d'entrer au cœur des mécanismes symboliques encapsulés dans le style du podcasting indépendant. La sociologie des usages permettra de porter le regard sur les relations entre les podcasters et les dispositifs techniques déployés dans leurs activités, en tenant compte du sens de cet usage dans leur vie quotidienne. Mentionnons également l'apport du modèle expressiviste, qui viendra compléter le cadre théorique. Les détails de notre outillage théorique seront présentés dans le prochain chapitre de ce mémoire.

La méthodologie déployée pour mener notre recherche s'ancre en *grounded theory*, comme l'a laissé transparaître la présentation de notre objet de recherche par le recours à une phase exploratoire du terrain. Cette recherche sera inductive et menée avec une posture

d'observation participante. Nous présenterons les quatre volets spécifiques de notre stratégie méthodologique dans le troisième chapitre. Les résultats de notre enquête de même que leur analyse seront présentés aux quatrième et cinquième chapitres ; le chapitre IV sera consacré à la description fine de l'usage du podcasting indépendant, alors que le chapitre V présentera nos analyses quant au sens de son style.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Dans ce deuxième chapitre, nous présenterons les éléments théoriques et conceptuels qui nous permettront de cadrer notre démarche de recherche. Appréhender un phénomène comme le podcasting indépendant sous l'angle du style demande un recours à divers champs théoriques, notamment pour tenir compte du dispositif technique en jeu. Le courant des *cultural studies*, dont nous solliciterons deux déclinaisons, et l'apport de la sociologie des usages constitueront nos principaux ancrages théoriques, que nous compléterons avec des notions tirées du modèle expressiviste développé récemment en France.

Dans un premier temps, pour chacune des approches sollicitées, nous présenterons les concepts et théories qui formeront notre outillage pour notre recherche. Puis, pour chacune de ces approches, nous présenterons les principales catégories qui seront mobilisées au moment de l'analyse de nos données.

Chacun des aspects de notre objet d'étude appelle un outillage conceptuel spécifique. La sociologie des usages permettra une analyse fine concernant l'usage des TIC impliquées dans les activités des podcasters. Dans un deuxième temps, l'hypothèse d'une culture de la convergence (Jenkins 2006), qui s'inscrit dans le paradigme des *cultural studies*, offrira un cadrage théorique permettant de saisir l'émergence d'une culture participative dans l'Internet. L'approche socio-anthropologique du sens du style et des sous-cultures, développée par Dick Hebdige (2008), sera utilisée pour aborder les questions d'ordre culturel et symbolique. Cette approche, rattachée aux *cultural studies*, s'inspire des travaux britanniques d'ethnographie urbaine et des recherches sur les gangs juvéniles et les groupes déviants (Hebdige 2008 : 80-

81). Pour couvrir le caractère expressif typique du Web participatif du podcasting, le modèle expressiviste de Laurence Allard et d'Olivier Blondeau sera employé (2007).

2.1 La sociologie des usages

Ce courant sociologique s'est développé au début des années 80 par le truchement de travaux s'attardant à « ce que les gens font effectivement avec des objets techniques » (Proulx 2008 : 1). Spécifiquement, la sociologie des usages se distingue par une approche critique centrée sur l'usage ordinaire, sur les pratiques quotidiennes des personnes (Proulx 2005 ; Proulx 2008 ; Jouët 2000). De ce fait, la sociologie des usages place l'utilisateur d'un dispositif technique au cœur de l'observation. La figure de l'utilisateur devient centrale dans la réflexion du chercheur et celui-ci se doit de prendre en compte le contexte dans lequel elle évolue.

L'utilisateur est investi de compétences spécifiques: non seulement il possède une maîtrise relative du dispositif technique mais surtout, il agit de manière (à la fois) autonome et contrainte dans sa situation de travail compte tenu des dispositions et compétences acquises dans le contexte organisationnel de la situation. (Proulx 2008 : 4)

2.1.1 Posture du chercheur

Cette posture implique qu'une attention particulière soit portée à la situation dans laquelle évolue l'utilisateur. Ce qui permet de saisir à la fois les « [...] multiples chaînes de médiations articulant les rapports d'usage aux micro-contextes (vie quotidienne, dynamique familiale) et aux macro-contextes » des industries culturelles (Proulx 1994 : 152). La sociologie des usages observe donc l'usage d'un objet technique, mais dans son épaisseur sociale, ce qui englobe tant le politique et l'imaginaire de l'utilisateur que les aspects culturels et publicitaires entourant l'objet lui-même.

2.1.2 La notion d'usage

Comme mentionné au chapitre I, la notion d'usage est à différencier de celle de pratique. L'usage prend en compte « la manière de faire singulière avec un objet ou un dispositif technique particulier » (Breton et Proulx 2006 : 257). Si la pratique est plus large et englobe l'utilisation fonctionnelle des objets techniques, l'usage prend en compte le contexte spécifique et quotidien où il se déploie (*Ibid.*). L'usage implique à la fois l'idée d'une pratique rendue normale, insérée dans le quotidien, et l'utilisation d'un objet à une fin précise.

Par cette ouverture sur le contexte et sa priorisation de l'utilisateur, la sociologie des usages représente un cadrage particulièrement adapté à notre objet d'étude. De plus, elle recoupe la nécessité de considérer les significations qu'accordent les acteurs à leur activité et aux contenus qu'elles créent : la sociologie des usages se base sur le sens que donnent les usagers à leur expérience pour dégager un horizon de compréhension du phénomène.

2.1.3 L'usage contributif

La notion d'« usage contributif » est un type d'usage en ligne marqué par la participation : dans la foulée du Web participatif, les usagers ont la possibilité de créer et de remixer les contenus pour contribuer en ligne (Proulx 2009). L'usage contributif serait une forme sociale spécifique, dont les contours restent à définir, et serait fortement marqué par un rapport aux autres usagers, d'une part, et d'autre part par une dynamique de gratification symbolique émergeant d'une reconnaissance des contributions apportées (*Ibid.*). Cette reconnaissance s'installe comme un moteur symbolique permettant d'asseoir la valeur sociale symbolique d'un individu dans un réseau spécifique (Honneth 2002).

L'usage contributif rejoint certaines notions développées en *media studies*, comme celle de *produser* (Bruns 2008), contraction des mots *user* et *producer*, dont nous parlerons plus loin. Il est cependant nécessaire de mettre de l'avant que l'usage contributif est, dans la

sociologie des usages, centré sur l'utilisateur dans son contexte quotidien. Cette notion se révèle particulièrement pertinente pour cadrer des activités comme la rédaction de blogues, le cyberjournalisme et le podcasting (Proulx 2009).

2.1.4 L'appropriation

L'appropriation est un processus clé dans la sociologie des usages (Jouët 2000). Cette catégorie se rattache à une autonomie de l'utilisateur par rapport à un objet technique via deux pans essentiels. D'une part, l'utilisateur doit développer une compétence et une compréhension minimales du dispositif utilisé, ensuite ce dispositif doit s'intégrer de manière significative dans la vie quotidienne de l'utilisateur, que ce soit au travail ou dans la sphère privée (Breton et Proulx 2006 : 272). Ces deux aspects constituent l'appropriation lorsque complétés par la possibilité pour l'utilisateur de créer de nouveaux résultats ou d'innover par son interaction avec l'objet technique en ouvrant à des possibilités de détournement (*Ibid.* : 256). Cela positionne donc l'appropriation *a contrario* d'une utilisation aveugle et répétitive d'un objet. Au final, l'appropriation comporte également une problématique de représentation : dans son déploiement collectif, l'appropriation d'un objet technique par un groupe d'utilisateurs requiert un certain niveau de représentativité, notamment lorsqu'il est question de politiques publiques.

2.1.5 La notion d'objet communicationnel

La podcasting implique l'usage de nombreux outils techniques, principalement l'ordinateur. Un ordinateur est certes un objet technique, mais aussi un objet communicationnel. Un tel objet est un « agent médiateur non-humain pouvant susciter des interactions entre humains » (Proulx 2007). Les téléphones mobiles, microphones, et autres lecteurs numériques sont autant d'objets communicationnels pouvant cadrer dans le contexte d'usage du podcasting. Or, en supportant la communication, ces objets l'affectent. Cette affectation se déploie en quatre modes qui traduisent chacun une relation différente via l'objet impliqué (Proulx 2007). Ces quatre modes sont :

1- Dispositif technique. Cette manière de voir l'objet technique est proche de la pensée de Gilbert Simondon, qui pose l'objet technique comme étant fondamentalement un médiateur entre l'humain et son environnement (1958). Dans le cas du podcasting, les divers dispositifs impliqués servent à encapsuler, puis à travailler et diffuser la voix humaine dans un environnement virtuel d'abord, puis qui se déploie à l'infini compte tenu des possibilités de téléchargement et de mobilité propres à cette distribution. La chaîne de dispositifs techniques déployés (ordinateur, microphone, écouteurs, mixeurs, logiciels, réseau) assure ainsi le passage de la voix humaine d'un milieu à un autre.

2- Artefact cognitif. Ce mode de l'objet communicationnel découle des travaux de l'ergonome Don Norman qui a réfléchi sur le design des objets et le rôle qu'il peut jouer au niveau cognitif (1998). Cette relation à l'objet communicationnel place ce dernier dans un rôle d'aide, d'appui cognitif (Proulx 2007). Par exemple, l'interface Web d'un site de podcaster agit comme un support à la cognition dans la mesure où les mots qui identifient les divers onglets et boutons de navigation sont intelligibles.

3- Objet symbolique. La notion d'objet symbolique s'ancre dans les travaux de Sherry Turkle et pose l'objet comme un lieu potentiel d'investissement psychosocial de la part de l'utilisateur. Ce mode de l'objet communicationnel s'approche du statut de l'artefact cognitif, mais implique un engagement affectif de l'utilisateur : l'objet n'est plus que médiateur, on lui attache une certaine émotion selon ce que l'on en fait et le support qu'il offre à la pensée (Turkle 2007). Turkle parle d'« *evocative objects* », soient des objets évocateurs qui encapsulent tant les pensées que les passions (*Ibid.*). Déployée dans le contexte quotidien, cette notion se rapporte à plusieurs objets impliqués dans l'usage du podcasting, notamment l'ordinateur personnel et le lecteur mobile. L'engouement pour l'iPod, qui est devenu un objet culte depuis son lancement (Levy 2006), permet d'ailleurs d'illustrer comment les objets symboliques sont investis émotionnellement par leurs usagers.

4- Agent prescripteur de normes. Ici, l'objet communicationnel appelle certains comportements de communication. Cette manière de voir s'inspire des travaux de Paul Watzlawick, penseur fondateur de l'École de Palo Alto (1964). La communication est comprise comme un système interactionnel auquel on prend part, et où l'objet contribue au

contexte qui prescrit certaines normes. L'interaction implique un processus d'influence réciproque des individus et acteurs non humains impliqués dans la communication, et l'environnement dans lequel nous communiquons est porteur de règles et de codes particuliers. Par exemple, dans le cas du podcasting, l'une des normes induites semblerait être la sollicitation d'un feedback.

La notion d'objet communicationnel, qui se décline en quatre modes, pourra outiller notre réflexion quant aux usages du podcasting, notamment parce qu'elle témoigne d'un rapport différent aux objets techniques et d'un investissement symbolique plus ou moins intense. Ces éléments ont une pertinence pour mieux comprendre la relation effective qu'ont les podcasters avec les outils mobilisés dans leur pratique.

2.2 L'apport des *cultural studies*

Les *cultural studies* ont émergé dans l'Angleterre de la deuxième moitié du XX^e siècle, suite à la volonté d'intellectuels d'étudier la culture ouvrière et populaire. Le développement de ce courant s'inscrit dans un contexte marqué par une critique du marxisme, l'apport des études féministes et de races, et par l'influence de la linguistique (Hall 2008 : 25). La fondation du *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) de Birmingham par Richard Hoggart, en 1964, marque un moment clé de l'émergence de cette tradition de recherche. Les penseurs qui se sont succédés au CCCS ont tenté de revoir la posture de l'intellectuel afin de le placer au niveau des acteurs étudiés : on pose alors que le chercheur doit s'engager auprès des observés, *a contrario* d'une position objective et surplombante privilégiée par d'autres paradigmes (Hall 2008 : 11). Ce postulat, en réaction à une vision élitiste de la recherche, ouvre également à tout un champ de « nouveaux » objets d'étude issus des classes populaires. Classes et cultures populaires sont ainsi au cœur de plusieurs travaux en *cultural studies*.

Plus spécifiquement, ce paradigme recouvre de nombreuses approches qui s'intéressent à l'observation et à l'analyse du « pouvoir culturel, de la représentation elle-même en tant que lieu de pouvoir et de régulation, et du symbolique comme source d'identité. » (Hall 2008 : 27). Ces intérêts de recherche se déclinent sous divers angles d'analyse et d'approche, allant des études féministes aux ethnographies urbaines. Pour notre recherche, deux déclinaisons des *cultural studies* seront mobilisées : la branche récente des *media studies*, de même que l'étude du style.

2.2.1 Une déclinaison des *cultural studies* : les *media studies* et la culture de la convergence

L'hypothèse d'une culture de la convergence est développée par Henry Jenkins (2004, 2006). La prémisse de ce cadrage théorique s'ancre dans la constatation qu'avec le développement de l'Internet et l'arrivée d'une nouvelle génération d'utilisateurs, les contenus médiatiques convergent vers Internet (Jenkins 2006 : 2-3). Les contenus, qu'ils soient d'origine télévisuelle, radiophonique, filmique, textuelle, musicale ou photographique, se retrouvent sur Internet par l'action des utilisateurs qui se les approprient, les réassemblent à leur guise et les diffusent en ligne. Il émerge de cette tendance une « culture participative » qui, comme son nom le souligne, résulte de la participation des utilisateurs qui s'approprient les contenus créés par les industries culturelles et par leurs pairs (Jenkins 2006 : 133 ; Bruns 2008 : 16).

2.2.1.1 L'utilisateur au cœur de la production de contenu

Pour le chercheur australien Axel Bruns, cette réalité nécessite une nouvelle typologie, puisque les concepts « d'utilisateur » et de « producteur » sont devenus caducs par l'usage que font les gens des médias, spécifiquement d'Internet. Il propose d'employer désormais le terme « *produser* », plus en phase avec l'activité de production des utilisateurs d'aujourd'hui (2008). Nous n'emploierons pas ce terme par souci de précision, notamment par le biais qu'une traduction impliquerait – en effet, « *usage* » pourrait ici signifier « utilisation » ou

« usage », deux notions qui ne sont pas équivalentes - et par la polysémie du mot « production » dans l'univers médiatique québécois. De plus, comme nous l'avons présenté plus haut, la notion d'« usage contributif » proposée par Serge Proulx nous semble plus adéquate pour qualifier les activités des internautes qui manipulent et remettent des contenus (2009).

Bruns n'en propose pas moins une réflexion pertinente sur le changement du statut de l'usager des médias. Il pose les UGC comme constituant un véritable réseau alternatif de création et de diffusion médiatique (2008 : 16). Pour le chercheur, les contributions en ligne, par leur diversité et leur malléabilité, composent une véritable alternative aux canaux traditionnels de production médiatique.

Cela place la dynamique de la contribution en ligne dans le contexte médiatique général et positionne les UGC comme une voie alternative potentielle aux modes de production de l'industrie, avec cette nuance qu'elle s'approprie les contenus de cette même industrie – notamment par le remixage – pour générer des contenus originaux (Jenkins 2006 : 17-19 ; Bruns 2008 : 4). De ce fait, cette approche des *media studies* comporte un large volet dédié à l'industrie culturelle et une sensibilité à la question de la consommation médiatique. Sans traiter directement de ces aspects, qui sont trop éloignés de nos questionnements, nous retiendrons cette approche pour le cadrage médiatique général qu'elle offre, alliant la dynamique des industries culturelles aux manifestations socio-culturelles qui émergent de la participation sur Internet.

2.2.1.2 Posture du chercheur

Cette approche des *media studies* propose une posture de recherche près de celle du sociologue des usages, présentée plus tôt, et de l'observateur des sous-cultures, que nous présenterons plus loin. Le chercheur sensible à l'hypothèse de la culture de la convergence se positionne parmi les acteurs étudiés et s'intéresse aux significations qu'ils donnent à leurs propres interactions avec les médias : « *Each of us construct our own personal mythology from bits and fragments of information extracted from the media flow and transformed into*

resources which we make sense of our everyday lives. » (Jenkins 2006 : 3). La signification symbolique qu'attachent les acteurs à leurs propres actions et manipulations des médias est au centre de l'observation ; et le chercheur s'inclut dans ce flot de significations qui émerge des usages quotidiens de l'ordinateur et du réseau.

Comme cette approche postule la convergence des contenus médiatiques vers Internet, l'appréhension de ce flot signifiant se fait largement en ligne, par une attention portée aux contenus résultant de la participation des acteurs. Or, Jenkins se montre également sensible à la culture populaire et à ses arrimages avec la montée du pouvoir créateur des usagers, par exemple au niveau des communautés de fans entourant certains films (2006).

2.2.1.3 Culture participative

La culture participative est une catégorie relativement nouvelle et mouvante. D'ailleurs, certains chercheurs parlent plutôt de « culture numérique » pour référer à l'émergence de symboles et de codes propres aux contenus issus de la participation en ligne (« *digital culture* », Deuze 2006). Nous utiliserons le terme « culture participative », employé par Jenkins (« *participatory culture* », 2004, 2006) et Bruns (2008), notamment parce qu'il porte l'attention sur la *participation* en ligne, plutôt que sur le réseau numérique.

Comme nous l'avons brièvement abordé dans le précédent chapitre, la culture participative est ici comprise comme une culture de la création et de la circulation de contenus par les individus (Jenkins 2006 : 290) ; alors que la culture de la convergence représente un schème global de compréhension du contexte médiatique. Soulignons que la culture participative est une catégorie construite *a contrario* des notions de réception médiatique traditionnelle et met l'emphasis sur le rôle actif et créateur des usagers (Jenkins 2006 : 3). L'émergence d'une culture participative implique également une appropriation des contenus créés ou remixés par les usagers, des outils mobilisés dans leur participation, ainsi que le développement de compétences spécifiques (Bruns 2008 : 16 - 17).

2.2.1.4 Les *media studies* en complémentarité de la sociologie des usages

Le cadrage théorique de la culture de la convergence porte une attention particulière aux usagers, qui sont créatifs et communiquent avec leurs pairs. Jenkins insiste sur le fait que la convergence survient par les usagers : « *Convergence occurs within the brains of individual consumer and through their social interactions with other.* » (Jenkins 2006 : 3). En cela, cette théorie flirte avec le déterminisme social et offre peu d'appuis pour capter avec finesse les phénomènes microsociologiques et la dynamique entre l'utilisateur et l'outil technique. Nous tenterons d'éviter cet écueil en nous référant à la sociologie des usages pour l'analyse des phénomènes sociologiques et des interactions avec la technique, comme nous l'avons présenté plus tôt. Cela permettra de maintenir une considération adéquate par rapport aux objets techniques mobilisés dans les usages contributifs. L'approche de la culture de la convergence viendra supporter cet outillage en offrant les assises pour appréhender le phénomène de la contribution en ligne dans un contexte médiatique global. L'hypothèse de la culture de la convergence s'emploie ainsi dans une prolongation contextuelle et en complémentarité à la sociologie des usages.

2.2.2 Déclinaison des *cultural studies* : le sens du style et l'étude des sous-cultures

Dans le cadre théorique de cette recherche, cette déclinaison est évoquée en deuxième lieu, or elle reste antérieure à l'hypothèse de la culture de la convergence. Plus précisément, l'approche des sous-cultures s'est intensifiée dans le cadre des *cultural studies* au courant des années 1960, notamment par des travaux sur les déviances juvéniles, et s'inscrit dans la tradition de l'ethnographie urbaine (Hebdige 2008 : 80). Parente de l'anthropologie sociale, cette approche est souvent soutenue par une posture d'observation participante (*Ibid.*), posture que nous adopterons dans notre recherche comme nous le présenterons au chapitre III. La portion de cette tradition théorique que nous utiliserons pour notre recherche s'intéresse aux formes sociales et culturelles qui se déclinent dans un contexte donné et à leurs cristallisations stylistiques.

2.2.2.1 La culture comme forme significative et expressive

La présentation de ces éléments théoriques demande d'abord une réflexion quant à la notion générale de « culture ». La manière de comprendre la culture, telle que développée dans *Resistance Through Rituals*, pose que la culture prend forme lorsque des groupes sociaux articulent une expressivité à travers leur mode de vie et leur univers matériel :

We understand the word 'culture' to refer to that level at which social groups develop distinct patterns of life, and give expressive form to their social and material life-experience. Culture is the way, the forms, in which groups 'handle' the raw material of their social and material existence. (Clarke et al. 1976 : 10).

Comme le soulignent Clarke et al., le nœud du concept de culture se trouve dans la dimension expressive qui émerge du contexte spécifique d'un groupe social, par la prise en compte des modes de vie particuliers et des expériences sociale et matérielle de ce groupe. Cette manière de comprendre la culture accorde une attention particulière à ses dimensions significative et expressive : une culture a non seulement un sens, mais en plus elle *informe* quant au mode de vie et aux expériences menés par les personnes qui la créent.

« 'Culture' is the practice which realizes or objectivates group-life in meaningful shape and form. » (*Ibid.*). Clarke et al. posent ici une nuance pertinente : une culture comporte un horizon significatif *pour ceux* qui la partagent, elle est pour eux le sens qui émerge de leurs modes de vie, de représentation, d'interaction et de leur rapport au matériel. Une culture porte ainsi un aspect objectivant par ce rapport à l'auto-représentation, plus ou moins conscient, du groupe social qui la forge.

Le contexte prend une grande importance, car une culture spécifique se déploie dans une historicité précise, dans une société donnée. Divers groupes sociaux (ouvriers, dirigeants, étudiants, etc.) se côtoient au sein d'une même société, partageant une trajectoire commune dans l'Histoire et certaines contingences matérielles et politiques, et de ce fait leurs cultures auront des traits communs (Clarke et al. 1976 : 11). Or, leurs relations les uns aux autres et leurs relations au pouvoir créeront une certaine hiérarchisation de ces groupes sociaux entre eux et, par extension, de leurs cultures spécifiques (*Ibid.*). Clarke et al. se réfèrent ici à l'approche marxiste, notamment à la conception d'un rapport au travail et au

pouvoir privilégié que possèdent les classes dominantes de la société (1976 : 11-12). Cette position avantageuse des classes dominantes favorise *de facto* la signification qu'elles accordent aux productions matérielles et aux expériences des classes subordonnées ; cette signification devient ainsi celle qu'il est légitime de comprendre. La culture dominante se positionne donc comme étant *la* culture, générale et englobante, qui contient toute l'expérience légitime des groupes sociaux qu'elle contient (Clarke et al. 1976 : 12).

Ainsi, les autres cultures, qui se développent dans un même contexte socio-historique, le font en relation les unes aux autres *et* par rapport à un ordre culturel dominant (Clarke et al. 1976 : 12). S'engage alors des luttes pour la légitimité des modes de vie et des expériences sociales et matérielles, et donc pour la légitimité culturelle, engagées par chacun des groupes sociaux, dans une double tension : les uns par rapports aux autres – par exemple des jeunes vis-à-vis des vieux, Noirs vis-à-vis des Blancs – et par rapport à la culture dominante. Cette culture dominante n'est cependant pas homogène, ses facettes représentent les différents intérêts des groupes de la classe dirigeante (*Ibid.*). Aussi, certaines des cultures spécifiques qui lui sont subordonnées cohabitent avec la culture dominante sans trop de heurt. L'étude des sous-cultures s'est particulièrement intéressée au déploiement et à la signification de ce double jeu de tensions, notamment par des travaux sur les gangs juvéniles dans l'Angleterre de l'après-guerre.

2.2.2.2 La culture et les sous-cultures

Telle que comprise par Clarke et al., *la* culture renvoie à une conception englobante, forcément plus abstraite : elle réfère à ce que la classe dirigeante retient des configurations culturelles à l'œuvre dans une société donnée à un moment de son histoire (1976 : 13). Ces configurations sont un jeu de concaténation des couches culturelles, calquées sur celui des classes sociales, où se retrouvent les sous-cultures.

In modern societies, the most fundamental groups are the social classes, and the major cultural configurations will be, in a fundamental though often mediated way, 'class cultures'. Relative to these cultural-class configurations, sub-cultures are sub-sets –

smaller, more localized and differentiated structures, within one or other of the larger cultural networks. (Clarke et al. 1976 : 13).

Une sous-culture est donc d'abord subordonnée à une culture spécifique, souvent de classe, dont elle se distingue tout autant qu'elle la prolonge. Par exemple, les jeunes de la classe ouvrière partagent certains traits culturels avec les adultes de cette même classe, mais s'en démarquent par des revendications et un style différents. « *Sub-cultures, then, must first be related to the 'parent cultures' of which they are a sub-set.* » (Clarke et al. 1976 : 13).

La reconnaissance d'une sous-culture réside dans sa spécificité suffisamment caractérisée pour être identifiable : par sa forme, sa structure et ses relations aux autres cultures et à la culture dominante, une sous-culture doit se détacher de sa culture parente pour être reconnue comme telle (Clarke et al. 1976 : 14). Le concept de sous-culture en est ainsi un très structurant, qui porte le regard sur les interactions entre les cultures, de même qu'à la forme et à la structure déployées.

Dick Hebdige s'appuie sur ces bases conceptuelles, mais, dans *Sous-culture – Le sens du style*, paru initialement en 1979, il déplace l'emphase analytique sur les tensions entre les sous-cultures et la culture dominante (2008). Pour Hebdige, une sous-culture s'érige en marge de l'ordre établi, car elle se développe *en réponse* à certains traits de la culture dominante, comme il le démontre par plusieurs études de cas, dont celle dédiée aux punks⁴ (2008). Plus précisément, Hebdige porte le regard au niveau des revendications politiques, postulant que le style sous-culturel « est toujours lourd de significations », car il se rapporte à une lutte pour la signification (2008 : 21). Suivant la lecture marxiste employée par Clarke et al. pour définir la culture dominante, Hebdige explique :

La lutte entre les différents discours, les différentes définitions et significations présentes au sein de l'idéologie, est par conséquent toujours aussi une lutte pour le sens : une lutte pour l'appropriation des signes qui se propage jusque dans les domaines les plus triviaux de la vie quotidienne. (Hebdige 2008 : 21).

⁴ Voir les chapitres 2 et 4, où l'auteur détaille ses études de cas sur les sous-cultures punk, mais aussi *teddy boys* et *hipster*.

2.2.2.3 Le sens du style

La catégorie du « style », centrale dans la pensée de Hebdige, émerge dans les *cultural studies* dans l'optique d'une confrontation des classes, comme nous venons de l'exposer. Dans la logique de Clarke et al., une culture spécifique comporte des « cartes de significations » (« *maps of meaning* ») intelligibles à ses membres, qui sont intégrées dans leurs patterns sociaux, contribuant ainsi à structurer les rapports sociaux et la manière dont ils sont vécus par les individus (1976 : 10-11). Or, chez Dick Hebdige, la notion de style englobe et dépasse le principe des cartes de significations.

Le style comporte certes des codes lisibles pour les initiés, mais ceux-ci cristallisent des traits homogènes symbolisant les revendications sociopolitiques partagées par un groupe d'individus ; pour Hebdige, le style est ainsi un *dialogue* qui se constitue en réaction à la norme (Hebdige 2008 : 6-7). Les objets mobilisés dans ce dialogue, souvent liés aux vêtements et à la mode, sont détournés de leur usage habituel, normatif, pour prendre un sens nouveau dans le code stylistique. L'objet détourné est dérangeant, ou du moins détonne du point de vue de la culture dominante, et devient un signal d'une différence pour l'individu qui l'affiche. De ce fait, Hebdige pose que le style est toujours un « crime » symbolique qui avertit d'un écart par rapport à la culture dominante (2008 : 6).

Pour illustrer le processus de détournement stylistique d'un objet, Dick Hebdige donne l'exemple de l'épingle de nourrice : cet objet quotidien utilisé pour les langes des nourrissons est devenu, chez les punks, un ornement et un bijou (2008 : 113). En détournant cet objet de son usage habituel, celui-ci se retrouve chargé d'un sens nouveau, symbolique, qui se rattache au répertoire de la sous-culture punk. L'épingle des punks, portée comme un perçage, choque et dégoûte. Dans un tel contexte, l'objet fait partie d'un style et affirme la marginalité assumée de l'individu qui le porte et du groupe d'individus qui le reconnaît (Hebdige 2008 : 6 ; Sasseville 2007 : 69-70). Le concept de style comporte ainsi une forte portée sémiotique, qui fonctionne à partir des connotations culturelles et sous-culturelles attribuées aux objets (Sasseville 2007 : 69). Ainsi, une dissonance entre les connotations qu'attribuent divers groupe d'individus à un même objet est la trace significative d'une lutte,

d'une revendication symbolique. Afficher un objet détourné de sa connotation normative, c'est assumer une « marque d'exil dont on a soi-même la responsabilité » (Sasseville 2007 : 70).

2.2.2.4 Le répertoire stylistique

La notion de style est intimement liée à celle d'identité. « Le 'sens' du style sous-culturel, c'est donc avant tout de communiquer une *différence* et d'exprimer une *identité* collective. » (Hebdige 2008 : 108). De fait, la démonstration d'Hebdige s'appuie principalement sur des études de cas concernant des groupes à l'identité très forte, reconnaissables aisément, par exemple les punks. De fait, la mode est un terrain fertile pour l'affichage de signaux stylistiques car elle permet de nombreuses réappropriations visibles quotidiennement. Le principe d'encodage symbolique qui s'opère par les détournements stylistiques vestimentaires peut cependant survenir à d'autres niveaux, car un style possède ce que nous nommons un « répertoire ».

De fait, si la mode est un trait fort d'un style donné, la musique, les expressions langagières et les activités de prédilection d'un groupe contribuent à compléter son répertoire stylistique. Par exemple, les punks observés par Hebdige appréciaient la musique de David Bowie, le cinéma d'avant-garde, la danse frénétique et violente, portaient des pantalons militaires et parlaient de la fin du monde et du « *no future* » (Hebdige 2008 : 28-31).

Cet échantillon du répertoire stylistique punk tient compte de diverses expériences matérielles et sociales, et témoigne du mode de vie particulier de ce groupe. Le répertoire est traversé par le fil rouge qu'est le « sens » de la sous-culture, tel que théorisé par Hebdige et significatif de l'identité du groupe. Pour reprendre l'exemple des punks de l'après-guerre en Angleterre, le fil rouge était alors une volonté de provoquer et de choquer, par la violence et la vulgarité, qui découlait elle-même du sentiment de révolte des jeunes devant la société de consommation et ses prémisses (Hebdige 2008 : 112-117).

2.2.2.5 Usage, style et bricolage

La pensée d'Hebdige rejoint la sociologie des usages en quelques points. Hebdige, comme Clarke et al., porte une attention particulière au contexte quotidien dans lequel se déploie la relation aux objets. En plus de ce souci d'observer l'intrication quotidienne des objets et de leurs significations, Hebdige souligne que c'est par l'usage que les objets en question acquièrent leur sens. « Fondamentalement, c'est la façon dont [les groupes sous-culturels] *font usage* des marchandises qui les distingue des formes culturelles plus orthodoxes. » (2008 : 109). La recherche d'une signification d'un style passe nécessairement par un examen de l'usage des principaux objets impliqués dans son répertoire.

L'usage stylistique de cette approche des *cultural studies* est également à relier à la notion de « bricolage » telle que développée par l'anthropologue Lévi-Strauss. Dans ce contexte théorique, le bricolage relève de la re-contextualisation et de la ré-ordination des objets leur attribuant un champ de significations nouvelles (Clarke 1976 : 177, citant Lévi-Strauss 1966 et 1969). Ainsi, quand un individu utilise un objet et ses connotations dans un contexte différent qui de ce fait en détourne ou en modifie le sens, il devient bricoleur et contribue à façonner son répertoire stylistique.

Pour Hebdige, la notion de bricolage est inhérente au style, car ce dernier est, à bien des niveaux, un bricolage que mettent en place les groupes identitaires en détournant des objets manufacturés, destinés à une fin précise, de leur usage normatif. Le style a en cela un caractère innovant.

Afin de cerner un éventuel style du podcasting indépendant montréalais, il conviendra de porter le regard sur les usages et détournements des objets quotidiens. De même, une attention particulière devra être portée aux récurrences langagières, thématiques et visuelles dans les divers sites des acteurs afin d'identifier des éléments du répertoire stylistique. Ces récurrences devront être observées à l'aune d'une connotation spécifique et nous tiendrons compte de cet aspect lors de la présentation de notre démarche méthodologique.

2.3 Du modèle expressiviste au régime de la curiosité

Notre cadrage théorique en sociologie des usages et en *cultural studies* est complété par l'apport du modèle expressiviste, qui nous semble particulièrement pertinent pour l'analyse des contenus expressifs résultant des usages contributifs sur Internet.

Le modèle expressiviste a émergé au cours des dernières années et est porté par des travaux français sur les usages d'Internet, spécifiquement sur les usages politiques du réseau (Allard 2005 et 2007 ; Blondeau 2007). L'expressivisme s'ancre dans le constat d'une « singularisation de la culture de masse » perceptible entre autres dans les formes numériques que sont les blogues et les podcasts (Allard 2005 : 1). Ce cadrage puise une partie de ses référents dans le post-modernisme, notamment pour conceptualiser la notion d'identité, qui est ici le résultat d'une performance où l'individu s'exprime sur sa propre subjectivité (Allard 2007).

2.3.1 Expressivité et extimité

La notion d'« expressivisme » s'ancre dans l'analyse de Charles Taylor qui pose le *tournant expressiviste* comme étant une « pierre angulaire de la culture moderne de l'authenticité » (Allard 2005 : 3). Pour Taylor, l'expressivisme est inconditionnellement lié à la reconnaissance : « L'individu, pour être lui-même, a besoin d'être reconnu » (Taylor 1998 : 44). L'individualisme expressif est donc un mode du déploiement de la subjectivité, déploiement qui prend ici forme dans des contenus sur le réseau Internet.

Ce cadrage permet de contourner la problématique de la dyade amateur / expert dans le contexte des publications numériques personnelles, pour s'attarder plutôt aux contenus créés de même qu'au « caractère extime des productions » (Allard 2007 : 59). Ici, « extime » signifie que les contenus s'articulent en mode discussionnel : par la dynamique de l'échange et du commentaire d'une part, et d'autre part par la syndication RSS qui permet de « sortir » les données de leur site d'origine pour les acheminer ailleurs par flux automatisé. Ce dernier

aspect de l'extimité est catalysé par les technologies mobiles que sont les baladeurs numériques et autres téléphones multifonctionnels.

2.3.2 De l'expression à la curiosité

Dans *Devenir média*, Olivier Blondeau (2007) réfléchit à l'activisme en ligne et pose le caractère expressiviste des contributions électroniques comme étant l'un des pôles d'un triptyque : expressivisme, défection, expérimentation. Sans mettre en place un *a priori* militant quant à l'usage du podcasting indépendant, nous souhaitons rester sensible à l'un des constats de l'auteur : si plusieurs des contributeurs connaissent les données sur la défection et le désengagement militants, « ils en détournent le sens pour en faire une valeur positive devenant ainsi un 'déclencheur' de pratique. » (Blondeau 2007 : 19). Cette pratique s'incarne par diverses expérimentations.

L'expérimentation est ici à comprendre sous l'angle des travaux de John Dewey, soit comme étant le moteur fort du développement et de l'intégration du savoir. Blondeau spécifie d'ailleurs que l'expérimentation possède ses mécanismes propres, dont un « régime de la curiosité » qui consiste en une ressource cognitive à mobiliser « pour faire face à la métamorphose permanente [...] des styles de vie » (2007 : 25). La curiosité est vue comme un levier essentiel pour la compréhension des contributions sur Internet, lieu où il existe toujours une « tension très vive entre innovation et usages » (Blondeau 2007 : 26). La curiosité nourrit les actions de certains usagers qui testent de nouvelles avenues pour articuler les débats et émettre des idées, permettant l'émergence de « 'reformatage' du débat public » (*Ibid.* : 27). D'ailleurs, Blondeau pose les usagers comme des sujets sensibles à la mise à jour de savoirs par l'expérimentation, comparant leur curiosité au doute inhérent à la démarche scientifique (*Ibid.*). Ainsi, en remixant les contenus et en prenant la parole par des blogues et autres podcasts, les usagers se retrouvent dans une situation permanente d'« essais / erreurs » où leur curiosité doublée de leur désir de s'exprimer sont le moteur de l'innovation.

2.3.3 L'expression comme forme de sens

Le cadrage expressiviste permet donc de saisir le phénomène des contributions expressivistes dans son épaisseur socio-politique, en ramenant l'expression au plan du sens : exprimer c'est informer sur une vision du monde, c'est émettre un savoir sur un rapport spécifique au vécu. Comme l'explique Blondeau :

[...], toute forme de savoir, technique, artistique, politique, doit être prise sous un angle expressif, c'est-à-dire comme une formulation auto-poïétique qui produira une forme intentionnelle. Dans ce cas, l'expressivisme ne doit pas être compris comme une simple expression de soi, de ses envies, de ses valeurs, mais comme la production d'une forme (technique, politique, sociale, artistique, etc.) constituant la réalité sociale des sujets et leur rapport au monde. (2007 : 19).

Cette vision des choses cadre avec certains aspects de l'approche du style et des sous-culture décrite plus tôt, en ce sens que pour les *cultural studies*, une culture possède un sens et donne une signification aux expériences sociales et matérielles de ses membres. Ici, l'expression comporte un caractère de nature similaire, car elle témoigne du déploiement d'une conscience réflexive qui contribue à façonner la réalité sociale du sujet.

2.3.4 Esthétique du remixage

L'expressivisme part du constat d'une « culture du *mix* et du détournement » (Blondeau 2007 : 158) pour articuler une réflexion sur l'esthétisme qui se dégage des usages contributifs d'Internet. Lawrence Lessig parle quant à lui d'une « culture du remixage » pour qualifier la ligne culturelle qui se dessine à partir des usages contributifs (2008). Ce que l'on qualifie aujourd'hui de « piratage », notamment par rapport à la reproduction d'œuvres musicales, était à une autre époque la seule façon pour les classes populaires d'accéder à la musique : tout un pan de la culture populaire était ainsi nourri d'amateurs qui s'improvisaient musiciens et diffusaient la musique (Lessig 2008).

De la même manière, certains dénoncent le « pillage » d'œuvres d'art ou de contenus médiatiques par des bidouilleurs, alors que cette pratique s'ancre dans une tradition historique qui visait jadis à déstabiliser l'institution et les perceptions des individus : dadaïstes, artistes du *ready-made*, cinéastes expérimentaux des années 1950-60, ils sont nombreux à avoir remanié des contenus médiatiques avant l'ère de l'Internet (Blondeau 2007 : 159-160). Cette filiation des contributions en ligne avec divers courants artistiques mène à une réflexion sur le caractère désacralisé de l'authenticité. Il semble que la reproduction et le détournement déplacent le fondement de la légitimité d'une œuvre, d'un contenu, de son authenticité à son *idée* : la démarche prend le pas sur la signature attestant de l'unicité de l'œuvre.

Pour Blondeau (2007) et Lessig (2008), cet aspect recoupe la question des régimes de propriété intellectuelle, car outre les enjeux juridiques et économiques qu'elle soulève, cette problématique implique de revisiter le rapport à l'auteur qu'induit la culture participative. En donnant l'exemple du Critical Art Ensemble (CAE) et de l'artiste Marcel Duchamp, celui-là même qui avait apposé sa signature sur un urinoir pour ironiser sur l'essence de l'œuvre d'art en 1917, Blondeau pose que les rapports de propriété déployés par les institutions ne sont tout simplement pas recevables pour certains artistes (2007 : 162). Ainsi, l'œuvre est d'abord un objet de subjectivité et il convient à chacun d'en tirer un sens propre en la recontextualisant, en la détournant. Cette manière de voir rejoint des revendications politiques : l'institution et l'élite prônent un type d'art, protégé par les droits d'auteur, les artistes mentionnés plus haut misent sur une ouverture de l'art et du discours pour que cesse la « 'tyrannie des paradigmes', dont la seule fonction est de s'entretenir eux-mêmes » (Blondeau 2007 : 163). Lessig parle d'une forme « d'écriture » médiatique et vernaculaire, rendue possible par les technologies Internet, qui n'a pas de légitimité aux yeux de certains de la même manière que les écrits populaires n'avaient pas de pertinence pour les scribes du Moyen Âge s'exprimant en latin (2008 : 69).

Ce filon de revendications artistiques s'incarne aujourd'hui dans de nombreux projets Web, notamment les licences Creative Commons et le mouvement du logiciel libre. Le statut du bricolage et du remixage est donc toujours objet de litige.

Ces éléments théoriques nous permettront de replacer le style du podcasting dans un contexte politique et historique. Le modèle expressiviste contribuera à contourner l'écueil d'une observation primaire des expressions en ligne, qui s'attarderait à un certain narcissisme, pour s'ouvrir plutôt à l'usage des technologies comme partie prenante d'un horizon particulier de sens s'enracinant dans la forme même de cette expression. En s'appropriant des œuvres musicales et en détournant des contenus médiatiques, les podcasters indépendants mènent une activité expressive où se déploient différentes revendications artistiques et politiques.

CHAPITRE III

STRATÉGIE ÉPISTÉMOLOGIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE

Dans ce chapitre, nous présenterons notre posture épistémologique et notre stratégie méthodologique de recherche. Notre démarche de recherche utilise une méthode qualitative et diachronique, présente un terrain et se limite à la région métropolitaine de Montréal par souci de faisabilité. Notre recherche est inductive et comporte une importante partie descriptive visant à ouvrir les horizons en ce qui concerne l'usage du podcasting. Nous avons opté pour une telle posture vu la faible quantité de données scientifiques disponibles sur le podcasting.

Nous présenterons notre démarche spécifique en *grounded theory*, accompagnée d'une posture d'observation participante et d'un travail de recherche documentaire. Plus précisément, nous exposerons les quatre volets de notre stratégie d'enquête ; d'abord un travail de fond à caractère exploratoire visant à nous familiariser avec le terrain et les acteurs, ensuite la conduite d'entretiens semi-dirigés auprès de podcasters, l'analyse de sites Web et finalement l'analyse de podcasts comme tels.

Nous avons adopté une telle stratégie de recherche basée sur les contributions en ligne et le sens que leur donnent les acteurs afin d'arriver à décrire le podcasting indépendant, de saisir les contours de son style et de proposer des pistes quant à son sens culturel.

3.1 Épistémologie de la *grounded theory*

Notre posture générale emprunte à la *grounded theory* (GT), ou théorisation ancrée. La théorisation ancrée est une méthodologie générale pensée d'abord par Barney Glaser et Anselm Strauss (1967) afin d'approcher des objets peu étudiés et de faire table rase des théories « classiques » afin que de nouvelles théories émergent du terrain. La GT place les données empiriques au cœur de la démarche de recherche, *a contrario* des approches hypothético-déductives qui les utilisent pour exemplifier une théorie pré-existante (Glaser et Strauss 1967). Selon ses fondateurs, la GT est ainsi une méthode privilégiée pour mettre à jour des théories innovantes.

3.1.1 Le terrain au cœur de la démarche

Dans une approche de type GT, le terrain occupe une place essentielle tout au long de la démarche du chercheur, de la problématisation à l'analyse des résultats, car il pose et valide la théorisation (Guillemette 2006 : 33). Les questionnements de recherche proviennent du terrain, de même que la validation de la montée en théorie de l'analyse. Le terrain a donc été fréquenté par le chercheur dès le début de la recherche et tout au long du processus analytique. Comme le mentionne Guillemette en évoquant les pensées de Glaser :

Lorsque, après plusieurs épisodes d'alternance et d'interaction entre la collecte et l'analyse des données, la théorie semble suffisamment fondée et développée à partir des données empiriques, alors il se réfère aux écrits scientifiques pour y puiser des idées à confronter à la théorie émergente et à intégrer dans le développement théorique final (Glaser, 1978, p.31; 1992, p.32). (2006 : 35).

Ce postulat implique que le chercheur doive maintenir une posture d'ouverture envers l'objet d'étude, délaissant temporairement les *a priori* théoriques qu'il aura intégrés dans son parcours académique afin de rester sensible à ce qui émerge du terrain (Guillemette 2006 : 35-36). Cette suspension est pour nous un idéal d'ouverture qui se traduit par la mise de côté

des présupposés théoriques et clichés communs, ainsi que par une écoute active des acteurs du podcasting.

La prédominance du terrain en GT demeure jusqu'au moment de l'analyse. Concrètement, cela implique que les codes et les catégorisations s'effectuent à partir des mots mêmes des acteurs impliqués, à partir des « codes *in vivo* » que déploient les podcasters pour parler de leur expérience (Guillemette 2006 : 38). C'est donc à partir de ces bases que notre propre codification se fera.

3.1.2 Posture spécifique : *grounded theory* et apport documentaire

En théorisation ancrée, le recours aux théories existantes survient au moment d'outiller le chercheur lors de la montée en théorie. Une fois les données analysées, le chercheur pourra comparer ses résultats et conclusions avec les préceptes des théories existantes pour pointer les similitudes et les écarts (Glaser 1978 : 31). À ce niveau, notre posture est plus nuancée et s'éloigne de l'utilisation radicale que fait la GT traditionnelle des travaux théoriques existants.

Notre stratégie méthodologique articule la posture de la théorisation ancrée à des allers-retours entre le terrain et la littérature scientifique. Nous avons ainsi procédé en de multiples cycles terrain / bibliothèque afin de cerner graduellement notre objet de recherche et de le théoriser au fur et à mesure qu'émergeaient certaines caractéristiques. Si cette manière de procéder limite le potentiel innovant de notre recherche, nous croyons qu'elle la bonifie par l'installation d'une rigueur intellectuelle et d'une méta-réflexion supportées par le retour régulier aux travaux existants. De plus, cette méthode de travail rapproche notre démarche du mandat des études de deuxième cycle universitaire qui est de maîtriser le procédé de recherche scientifique tout en consolidant les connaissances actuelles dans un champ donné.

Cependant, la relation au terrain reste primordiale dans notre démarche et chacune des étapes de l'avancement de cette recherche a été validée par un retour plus ou moins organisé au terrain, aux acteurs, tel que nous le présenterons plus loin dans ce chapitre.

3.2 Observation participante

Nous avons adopté une posture d'observation participante par rapport aux podcasters, ce qui est cohérent avec l'approche de la GT privilégiée. La nuance réside dans le fait que le chercheur observateur participant s'implique auprès de son objet de recherche au-delà de l'observation simple en prenant part aux activités des acteurs étudiés (Soulé 2007).

Notre participation sera détaillée dans la section suivante, mais mentionnons tout de même que dès les balbutiements de notre projet de recherche, nous avons fréquenté les sites des acteurs, écouté leurs podcasts et laissé des commentaires sur leurs blogues. Nous avons ainsi fait connaissance avec plusieurs d'entre eux. Nous nous sommes aussi mêlées à la communauté active de podcasters indépendants montréalais, sans toutefois créer un podcast comme tel, faute de temps et de moyens techniques.

Ce travail participant, mené en toute transparence, a permis de faire émerger certaines hypothèses qui ont mené à la formulation de notre question principale de recherche. C'est après une fréquentation assidue du terrain et une implication auprès de podcasters montréalais, que nous avons postulé la possibilité qu'il existe une sous-culture du podcasting indépendant.

3.3 Stratégie d'enquête en quatre volets

La GT propose également de considérer l'objet de recherche sous la forme d'un « territoire à explorer » (Guillemette 2006 : 37). Nous avons donc élaboré une stratégie qui nous a permis de mieux saisir les contours de ce « territoire », afin de problématiser l'objet de recherche.

3.3.1 Premier volet : un travail de fond mené en trois temps

Tel que mentionné plus tôt, un travail de fond a été entrepris dès les débuts du processus de recherche, soit en 2006, par l'écoute assidue de plus d'une vingtaine de podcasts québécois, canadiens et américains. Ensuite, dès l'été 2007, le démarrage d'un blogue personnel nous a permis de nous créer une identité en ligne, sous pseudonyme, et de laisser des commentaires sur les divers blogues des podcasters. Cette partie de notre démarche était beaucoup plus près de nos intérêts personnels que d'une démarche intéressée et malgré notre pseudonyme nous avons toujours pris soin d'explicitier notre démarche avec transparence. Nous avons aussi commenté de manière audio certains podcasts, en déposant les fichiers sonores sur des sites de partage de fichiers comme Drop.io. Nous avons également rédigé quelques billets de blogue à propos du podcasting ou de certains podcasters directement sur notre blogue personnel.

Par la suite, dès l'hiver 2007, nous avons entrepris de nous impliquer plus intensément auprès de podcasters habitant à Montréal. Cette participation a pris la forme d'une présence à divers événements organisés par la communauté des podcasters ou encore de rencontres en face à face dans des cadres informels.

3.3.1.1 Détails de la participation aux activités des podcasters

Plus précisément, nous nous sommes présentés à plusieurs rencontres Yulblog, qui sont des soirées mensuelles organisées par et pour les blogueurs qui ont lieu tous les premiers mercredis du mois dans un bar de Montréal depuis 2000 (<http://www.yulblog.org>). Bien que principalement fréquentées par des blogueurs, ces soirées sont également le lieu de rencontre de podcasters, puisque ces derniers tiennent pratiquement toujours un blogue qui accompagne leurs activités de podcasting.

Nous avons également assisté à l'événement PodCamp Montréal, organisé par des podcasters à l'automne 2008, un lieu d'« off conférences » sur le podcasting et les médias sociaux (<http://podcampmontreal.org>). Nous avons assisté aux deux journées de présentation de PodCamp Montréal, qui regroupaient chacune 12 conférences réparties dans trois sessions parallèles. Cet événement nous a permis de rencontrer des podcasters que nous écoutions sans les avoir rencontrés et de consolider les relations développées auprès d'autres acteurs. Comme l'événement était bilingue et a rejoint un vaste auditoire canadien et américain, nous avons pu nous familiariser avec des podcasters anglophones particulièrement actifs originaires de Toronto, New York et Montréal. Nous avons également pris part à des soirées PodMTL (<http://podmtl.com/>), qui s'apparentent au Yulblog à cette différence qu'elles sont destinées aux podcasters et à leurs auditeurs. Lors de chacune de ces activités, nous nous affichions à la fois en tant qu'auditrice de podcasts et en tant que chercheuse.

3.3.1.2 Collecte de données

Du point de vue de la collecte de données, nous avons tenu un journal de recherche tout au long de ce travail de fond, dans lequel nous avons pris des notes pendant et après chacune des activités en présence de podcasters.

Notre implication de blogueuse et de commentatrice n'a pas fait l'objet d'une prise de notes systématiques dans un journal de recherche afin de nous permettre de développer un certain « naturel » par rapport à ces activités. Cela nous a permis d'intégrer la pratique du blogging dans nos activités quotidiennes et de commenter régulièrement les blogues des

podcasters de même que leurs podcasts. Nous avons ainsi développé un usage du blogue comme carte de visite dans l'univers des podcasters.

Ce premier volet de l'enquête, qui a constitué en un travail de fond mené sur plus de deux ans, a culminé avec la conduite de trois entretiens exploratoires. Ces entretiens, menés sous le mode de la discussion informelle, se sont déroulés en février 2007, en août et en octobre 2008 auprès de trois podcasters reconnus par leurs pairs comme étant des figures particulièrement actives du podcasting québécois. Ces entretiens n'ont pas été enregistrés, mais une prise de notes a été réalisée pendant chaque rencontre, de même qu'une analyse préliminaire immédiatement après chacun des entretiens.

Mentionnons que si les actions principales de ce premier volet de notre méthodologie de recherche sont terminées, notre implication dans la communauté et notre écoute assidue de podcasts s'est maintenue tout au long de la période de la recherche et même au-delà puisqu'elle rejoint nos intérêts personnels. Nous nous sommes d'ailleurs impliqués au sein du comité organisateur de PodCamp Montréal 2009.

3.3.1.3 Apport du premier volet de la stratégie méthodologique

Ce travail nous a permis de nous familiariser avec certains des podcasters indépendants les plus actifs dans la communauté montréalaise, de développer une connaissance des podcasts créés à Montréal et au Québec, tout en ayant un aperçu succinct du podcasting canadien anglais et américain. De plus, nous avons perçu une certaine sympathie dans le milieu du podcasting par rapport à notre projet, que nous attribuons à la transparence de notre démarche scientifique et aux échanges suscités par les commentaires laissés sur plusieurs sites de podcasters.

3.3.2 Deuxième volet : conduite d'entretiens semi-dirigés

Le deuxième volet de la stratégie méthodologique a consisté en la tenue de dix entrevues semi-dirigées auprès de podcasters. Ces entrevues ont été menées suivant le

modèle de l'entretien compréhensif, développé par Jean-Claude Kaufmann (2007), où le chercheur s'implique dans l'échange afin de susciter en retour l'implication de son informateur et de faire naître une dynamique de discussion. Ces dix informateurs ont été sélectionnés à partir de critères qui nous sont apparus pertinents suite à la réalisation du premier volet de l'enquête et aux entretiens exploratoires. Ces critères étaient ;

- Le podcast doit être créé de manière indépendante.
- Le podcast doit contenir à la fois de la musique et des séquences parlées.
- Le podcaster doit être actif depuis au moins un an.
- Le podcaster doit avoir publié un minimum de huit podcasts ; la création de sept podcasts étant reconnu dans la communauté des podcasters comme étant un « point de rupture » où l'activité se stabilise ou cesse.

Nous avons donc identifié dix podcasters correspondant à ce profil afin de mener les entrevues semi-dirigées. Dans cette deuxième étape de l'enquête de terrain, nous souhaitons porter la discussion avec nos informateurs sur certains sujets principaux que nous avons regroupés sous différents thèmes. Voici ces thèmes et les principaux sujets qu'ils recoupaient :

- 1- Motivations : les raisons et les motivations par rapport à l'activité.
- 2- Représentations : les principaux sujets abordés dans le podcast, le ton employé, la ligne éditoriale ou l'absence de ligne éditoriale.
- 3- Aspect social et rapport aux auditeurs et aux commentateurs : présence des commentateurs, relation avec les commentateurs, propos des commentateurs, perception des auditeurs et importance du feedback.
- 4- Musique et contenus médiatiques : les contenus du podcast et les contenus qui accompagnent le podcast (via le blogue par exemple), le style musical, la manière de sélectionner ces musiques.

- 5- Usages et procédures : les manières de procéder, les outils utilisés, tout ce qui concerne les étapes qui mènent à la création d'un podcast.
- 6- Style de vie (quotidien) : la manière dont le podcasting s'intègre à la routine, la place des podcasts dans la consommation médiatique, le rapport à l'écoute des podcasts des autres.
- 7- Compétences : compétences techniques, sociales et culturelles développées, perception de ces compétences, description de ces compétences.
- 8- Internet : rapport du podcaster avec Internet, trajectoire d'usage, antécédents de *gamer*, de programmeur ou autre, niveau d'expertise par rapport aux technologies du Web.

Comme l'explique cette liste, les thèmes recouvraient les champs des outils techniques, des étapes menant à la création du podcast, de même que les rapports aux commentateurs et aux autres podcasters. Les questions liées à ce qu'est le podcasting, à sa définition pour l'informateur, et à l'engagement de ce dernier dans cette activité étaient également traitées. En fin d'entretien, la discussion prenait souvent l'aspect de récits de pratiques et l'informateur racontait son parcours par rapport à Internet et aux médias, pour en venir à sa découverte du podcasting.

Cette étape nous a permis de valider la pertinence de notre problématique, de resserrer notre cadrage théorique et de le bonifier en ajoutant une sensibilité à l'aspect expressiviste du podcasting, comme nous l'avons présenté au chapitre 2.

3.3.3 Troisième volet : analyse de sites

Pour le troisième volet de notre stratégie méthodologique, nous avons constitué un échantillon ciblant cinq podcasters. Ce troisième volet a été consacré à l'analyse des sites de ces cinq podcasters et de ceux-là, trois allaient constituer l'échantillon du quatrième et

dernier volet de notre stratégie. Or, nous avons d'abord sélectionné les cinq podcasters qui allaient nous fournir les sites Web à analyser.

3.3.3.1 Constitution de l'échantillon

Afin de constituer cet échantillon, nous avons établi une liste de critères. Ces critères ont été dégagés suite à la réalisation des deux premiers volets de la méthode d'enquête.

- Les podcasters devaient maintenir un niveau d'activités élevé au moment de l'analyse et publier un minimum d'un podcast par mois.
- Les podcasters devaient agir à titre indépendant.
- Leurs podcasts devaient comporter des séquences parlées et de la musique.
- Les podcasters choisis devaient avoir été cités comme étant des références par leurs pairs lors des entretiens semi-dirigés.

À ces critères généraux s'est ajouté un critère plus discriminant, établi en cohérence avec notre cadrage théorique en *cultural studies*, soit celui de la langue et de la situation géographique. En effet, la langue est un élément clé de l'identité culturelle et les formes langagières sont potentiellement marquées dans les styles sous-culturels qui nous intéressent. De ce fait, nous avons établi les critères supplémentaires suivants :

- Les podcasters choisis devaient utiliser le français comme langue principale dans leur podcasts de même que dans leur site.
- Les podcasters devaient résider à Montréal.

Ces derniers critères ont éliminé plusieurs podcasters connus, mais s'exprimant principalement en anglais. Ainsi, les cinq sites de podcasters qui ont constitué notre échantillon sont : le *Québec en baladodiffusion* (Sylvain Grand'Maison), *Mes paroles s'envolent* (Laurent LaSalle), les *Vagues divagations* (Stéphanie, dite Vague Diva), *Lada et*

Georges (Alexis Roderigue-Lafleur, dit George et Nelly Brière, dite Lada) et les *Beaux Réals Roux* (Ian Lefebvre, Luc Denis et Yanick Myre).

Pour examiner les sites choisis, nous nous sommes basés sur les travaux de Luc Pauwels quant à l'étude des espaces médiatiques hybrides sur Internet (2005). Avant d'exposer les étapes de cette méthode d'analyse, il convient de discuter la pertinence d'une telle analyse et de clarifier certains concepts.

3.3.3.2 Pertinence de l'analyse de site

D'abord, l'étude d'un site personnel ou de la présence en ligne représente une entrée privilégiée pour compléter une cueillette de données quant à un portrait identitaire, social ou culturel d'un individu ou d'un groupe d'individu, car l'absence de référents physiques permet à des aspects plus profonds de l'identité de se révéler (Pauwels 2005 : 605). Malgré les possibilités de construction identitaire (notamment les avatars et pseudonymes), un site reste un élément signifiant :

Deliberate identity construction – trying to present a particular, most often polished, image of oneself, not by telling blatant lies but by offering a selective amount of information – is a standard practice in most forms of human exchange, only the means and degree may differ according to medium, purpose and circumstance. Furthermore, these 'constructions' are themselves very significant online phenomena that belong to social and cultural life in the broader sense, [...]. In general they are not to be regarded as smokescreens or obstacles, obscuring insight into the social and cultural world of their producers. (Pauwels 2005 : 609).

Un site Web possède des éléments variés et souples, tant au niveau de la forme que du contenu. Cela confère à cet espace une richesse en termes de traces symboliques significatives :

The crucial point for the cultural researcher is [...] to develop an approach that focuses on how the numerous potentially significant

features of a website can be decoded as expressions of culture, thus offering unique insights into values, norms, opinions, expectations and aspirations of groups of people. (Pauwels 2005 : 609)

Le développement d'une telle approche est complexe, car un site Web est un espace hybride où éléments textuels, oraux, photographiques, filmiques et musicaux convergent. De par cet aspect hybride, une analyse de site Web appelle à une approche tout aussi diversifiée, où la totalité multimédia du site sera prise en compte. Luc Pauwels propose une méthode qui tient compte de l'aspect hybride et foisonnant des sites Web (2005).

3.3.3.3 L'analyse de médias hybrides

Pauwels a mis au point une méthode qu'il nomme « analyse de média hybride » (« *hybrid media analysis* ») où « hybride » renvoie à deux significations (2005). D'abord, ce terme réfère au caractère multimédia d'Internet comme support : « *The internet is a multimedia channel, which tends to emulate and integrate many older media, blurring their boundaries without really supplanting them.* » (Pauwels 2005 : 609). Ensuite, l'hybridité signifie également qu'une certaine audace méthodologique est de mise pour appréhender un site Web en souhaitant s'imprégner de ses éléments signifiants, car le traitement de telles données appelle forcément une approche hybride. « Hybride » réfère donc aussi à la variété d'outils théoriques et analytiques à déployer afin de tirer une signification à un espace Web (Pauwels 2005 : 609-610).

L'auteur mentionne d'ailleurs que la méthode d'analyse proposée est un outil partiel de recherche qui gagne à être utilisé en complément d'entretiens, notamment dans le cas de démarches en *grounded theory* (2005 : 610). Pauwels mentionne aussi que la méthode d'analyse de média hybride doit être adaptée à chaque type d'enquête et c'est ce que nous avons fait en adaptant certains des étapes d'analyse suggérées.

3.3.3.4 Méthode spécifique pour l'analyse de site

Au-delà d'une analyse de contenu ou d'une analyse ergonomique, la méthode d'analyse développée par Pauwels tient compte du plus grand nombre possible d'indicateurs présents dans le site. La méthode se déploie ainsi en diverses étapes permettant de scruter chacun des aspects d'un site Web.

La première étape suggérée par Pauwels (2005) consiste à dresser un inventaire des sujets et thèmes présents dans le site, que nous avons classés par catégories. Cet inventaire a couvert tant les informations textuelles qu'imaginées. Nous avons également tenté de rester sensibles aux omissions, aux thèmes absents. Pour Pauwels, l'absence de certains sujets dans un site est significative d'un point de vue culturel : « *these 'omissions' may be as culturally significant in so far as they point to cultural taboos, or implicit values and norms.* » (2005 : 610).

Une fois cet inventaire dressé, nous sommes passés à la deuxième étape de l'analyse qui consistait en un examen du traitement de ces thèmes. Le ton et les procédés rhétoriques employés étaient alors scrutés. On pourrait également associer cette étape à une analyse de genre littéraire : la manière de traiter le sujet est-elle documentaire, pédagogique, s'agit-il de chronique ou de critique? Il s'agit de porter attention à *la manière de dire* les choses.

Nous avons fusionné cette deuxième étape d'analyse avec l'examen de ce que Pauwels nomme le « *point of view* » ; en se référant aux études cinématographiques, Pauwels pose que le point de vue narratif est essentiel à la compréhension du chercheur (2005 : 610). Il s'agit ici de porter attention à *qui* parle. Dans certains sites fictionnels cette procédure peut être très riche, aussi Pauwels en fait une étape d'analyse propre. Dans le cas des sites de podcasters, nous avons cru pertinent de fusionner cette étape avec celle dédiée au traitement des sujets puisque la large majorité des discours recensés étaient conjugués à la première personne du singulier, le podcaster assumant ses propos et s'exprimant en son nom personnel dans la plupart des cas. Pendant cette phase de l'analyse, nous avons pris soin de noter les points de vue absents et les formes de traitement absentes des sites.

Nous sommes ensuite passé à une troisième phase de l'analyse portant sur

l'organisation des informations dans le site. À ce stade, nous avons retracé la structure hiérarchique des informations, porté attention à la navigation à l'intérieur du site et à son ergonomie générale. Pauwels pose que la hiérarchie d'un site est révélatrice d'une hiérarchie des valeurs au sein d'une culture spécifique, qu'il s'avère judicieux de vérifier lors d'entretiens avec les acteurs (2005 : 610). Sans endosser d'emblée ce postulat, nous avons pris soin de relever les thèmes priorisés par la structure des sites et, plus tard dans l'analyse des données, de confronter les informations recueillies lors des entretiens avec celles résultant de cette phase de l'analyse des sites.

La quatrième étape a consisté en un recensement des liens sortants du site, par exemple via la « blogoliste » qui présente les blogues et sites fréquentés par le blogueur examiné. Comme notre question de recherche cible le style du podcasting, un examen exhaustif de tous les liens des sites était superflus, néanmoins les liens soumis en blogolistes nous ont semblé pertinents pour cette analyse parce que susceptibles de fournir des informations quant au réseau du blogueur, des thèmes qu'il affectionne ou encore de la perception qu'il souhaite donner.

Finalement, la dernière étape d'analyse des sites a porté sur le design des interfaces : choix des couleurs, typographie et formes ont été scrutés. Selon Pauwels, ces éléments constituant le « *look and feel* » d'un site possèdent à ce titre une richesse symbolique particulière au niveau des codes culturels (2005 : 610).

3.3.3.5 Révision de la stratégie d'analyse de site

Une fois ces étapes d'analyse appliquées aux trois sites de podcasters choisis, nous nous sommes heurtés à un sentiment d'insatisfaction : les données recueillies étaient foisonnantes, diverses et bien que certains traits se recoupaient l'ensemble nous semblait trop éparé pour nous permettre de tirer une montée en généralisation adéquatement argumentée.

Nous avons donc décidé d'agrandir notre échantillon. Pour se faire, nous avons partagé nos critères de sélection à quelques uns des podcasters ayant servi d'informateurs lors des entretiens semi-dirigés. Nous leur avons présenté nos critères et leur avons demandé des

suggestions de podcasts pertinents pour l'analyse, le tout via courriel. Nous nous sommes basées sur leurs réponses pour agrandir l'échantillon de sites Web à analyser.

3.3.4 Quatrième volet : analyse de podcasts

Ce dernier volet de la stratégie d'enquête a consisté en une écoute minutieuse de trois podcasts publiés par trois des podcasters dont nous avons analysé le site. La constitution de cet échantillon était basée sur les mêmes critères que ceux employés pour la sélection de sites initiale. À ces critères s'ajoutait un élément directement prélevé de l'analyse des sites : les podcasts sélectionnés devaient être rattachés à des sites qui semblaient partager la plus grande parenté.

3.3.4.1 Constitution de la grille d'analyse

Nous avons d'abord constitué une grille d'analyse descriptive nous permettant de générer une transcription textuelle du podcast tout en consignait nos premières observations. Cette grille portait une attention particulière au contenu présenté, au ton et au traitement des informations, de même qu'à la sélection musicale proposée. Ont ainsi été consignés toutes les interventions « micro » du podcaster, de même qu'une description minutieuse des éléments sonores tels le thème d'ouverture, les transitions entre les éléments audio et la facture générale du montage sonore.

3.3.4.2 Méthode d'écoute

Afin de saisir les podcasts dans leur contexte d'écoute commun, nous avons écouté les neuf podcasts choisis à même notre iPod, lors de nos déplacements. Se faisant, nous prenions quelques notes sur l'impression générale du podcast écouté. Dans un deuxième temps, nous procédions au remplissage de la grille décrite ci-haut, en écoutant les podcasts directement sur notre ordinateur, à l'aide de iTunes - ce choix de l'application d'Apple découlait du fait

que tous les sites analysés à l'étape subséquente offraient un lien direct vers leur podcast hébergé par cette application⁵.

Une fois les grilles d'écoute constituées, nous avons pu aborder l'étape du traitement des données.

3.4 Stratégie pour l'analyse des données

L'utilisation d'une approche en GT implique une grande quantité de données à traiter. De fait, la somme des transcriptions de nos entretiens, des fiches d'analyse de sites Web et des transcriptions de podcasts constituaient une somme importante de données.

Notre stratégie d'analyse des données s'est scindée en deux moments qui ont agi de manière complémentaire : la codification et la catégorisation, puis la confrontation à la littérature recensée.

3.4.1 De la codification à la catégorisation

D'abord, nous avons utilisé la méthode de codification par itérations proposée par Pierre Paillé (1994). Pour Paillé, la codification est l'étape préliminaire du traitement des données où le chercheur doit relever, nommer et thématiser les énoncés du corpus à analyser (1994 : 154). Nous avons joint à la stratégie de Paillé celle proposée par Guillemette qui consiste en une codification en plusieurs niveaux (2006).

⁵ Mentionnons cependant que la popularité de ce logiciel est potentiellement attribuable à sa précocité à s'ouvrir au podcasting et à permettre la distribution gratuite des podcasts soumis par quiconque.

Le premier niveau de codification rassemblait les expressions employées par l'acteur même, les « codes *in vivo* », pour traduire leurs usages du podcasting. Le deuxième niveau a été consacré à identifier les thèmes sous-jacents aux propos. Le troisième niveau de codification nous a servi à noter les analyses préliminaires et les pistes pour la montée en théorisation. Cette codification s'est effectuée par l'utilisation parallèle d'un logiciel de traitement de texte et de Elan, un logiciel de transcription et de marquage pour des fichiers audiovisuels. Elan est un logiciel libre mis au point pour le marquage de fichiers audiovisuels, que nous avons détourné afin de permettre une codification plus fluide, directement accolée au fichier sonore original. Ainsi, les notes prise via traitement de texte et les manipulations dans Elan opéraient une complémentarité particulièrement pertinente dans le cas des analyses d'entretiens et de podcast, où la chronologie d'un énoncé est pertinente.

À partir des codes, nous avons ensuite mis en place une première catégorisation. La catégorisation procède d'un regroupement de codes partageant une certaine parenté, qui se rattache à un phénomène plus général, identifié par un terme plus englobant : la catégorie (Paillé 1994 : 159). La catégorie possède une plus grande richesse conceptuelle que le code, ce qui en fait un outil privilégié pour une analyse qui souhaite dépasser le stade descriptif. Nous avons listé et peaufiné ces catégories afin de nous assurer de leur pertinence et de leur dénomination. Cet exercice est essentiel, car selon Paillé une catégorie efficace contribue à « hisser l'analyse au niveau de la compréhension d'un comportement, d'un phénomène, d'un événement ou d'un élément d'un univers psychologique ou social. » (1994 : 160).

3.4.2 Montée en théorisation et retour à la littérature

Une fois ce travail de codification et de catégorisation terminé, nous sommes passés au deuxième moment du traitement de notre analyse, tourné vers la montée en théorisation de notre recherche. Nous avons ainsi confronté nos réflexions et nos résultats aux informations colligées lors de la revue de littérature afin de d'affiner nos concepts et de nous assurer d'une cohésion lors de la montée en théorisation.

CHAPITRE IV

DESCRIPTION : LA PRATIQUE DU PODCASTING

Dans ce quatrième chapitre, nous présenterons nos principaux résultats d'analyse suivant un mode descriptif. L'objectif de cet exercice est de circonscrire les principaux traits caractérisant l'usage du podcasting indépendant.

Nous verrons d'abord comment les acteurs définissent leur propre activité. Nous expliquerons les frictions au sein de la communauté quant à la nature du podcasting, de même que les caractéristiques définitionnelles semblant faire consensus. Nous présenterons ensuite les principales valeurs qui traversent la pratique du podcasting indépendant et qui se dégagent de notre enquête. Puis, nous porterons le regard sur l'usage du podcasting, plus spécifiquement sur le jeu des compétences techniques et communicationnelles développées par les podcasters. Nous terminerons ce chapitre d'analyse descriptive en présentant la dynamique de valorisation et de reconnaissance qui semble se mettre en place dans la contribution en ligne qu'est le podcasting.

4.1 Le podcasting : définition par les acteurs

Dès les débuts de cette recherche, au moment de la revue de littérature, nous avons observé un flottement quant à une définition du podcasting. Ce flottement provient de

plusieurs facteurs, dont le mode de diffusion du podcasting et sa récupération par les radios traditionnelles. Ainsi, rappelons que d'un point de vue strictement technique, le podcasting est la diffusion sur Internet d'un fichier audio par abonnement via un fil RSS, permettant de lire ce dernier sur un ordinateur personnel ou sur un lecteur numérique mobile (Berry 2006).

Aussi, après la phase exploratoire de notre enquête de terrain, nous avons proposé de ne considérer que le podcasting dit « indépendant » pour notre étude : mené par un ou des individus dans le cadre d'une pratique privée, hors du cadre organisationnel et technique d'une institution ou d'une entreprise médiatique. De notre point de vue, l'usage du podcasting indépendant comprend donc les étapes de l'enregistrement, du traitement sonore (montage, mixage) et de la diffusion d'un contenu audio sous forme de fichier rendu disponible en ligne. Ces étapes sont accomplies par le podcaster, qui a ici un statut amateur. C'était là notre définition opérationnelle de base, or la définition par les acteurs nous renvoie à certains flottements exposés plus tôt et montre des aspérités dans la perception qu'ont les acteurs de leur propre pratique.

4.1.1 Quelques difficultés définitionnelles

Les podcasters que nous avons interrogés sont conscients du flottement entourant leur activité, en discuter semble faire partie de leurs habitudes et la présence d'une réflexion au sein de la communauté à ce sujet est perceptible. Certains le mentionnent directement lorsqu'on les questionne par rapport à ce sujet, d'autres prennent soin de spécifier au détour d'une phrase qu'il s'agit de leur définition personnelle et que certains pourraient ne pas être d'accord. De plus, nous avons découvert que trois des cinq sites analysés présentaient des billets de blogue traitant directement de la nature du podcasting. Cette question figurait également au menu de l'événement PodCamp Montréal 2008, un événement organisé par les podcasters montréalais et ouvert à tous les podcasters et auquel nous avons assisté, tel que mentionné lors de l'explicitation de notre démarche méthodologique.

Ainsi, les podcasters sont habitués de discuter de la définition du podcasting. Ils sont conscients que la nature de leur activité reste floue et certains affirment même que cela fait

partie de la nature du podcasting : parce que libre de contraintes, le podcasting est très large et prend de multiples formes. Comme le cool, qui est par nature difficilement saisissable et définissable (Franck 1998), le podcasting aurait ainsi des frontières floues étant donnée sa nature éclatée. Il s'agit d'une importante source de confusions concernant une éventuelle définition du podcasting : parce que les podcasters ne semblent se réclamer d'aucun format précis, le mode de diffusion et les assises techniques de leur pratique en représentent l'aspect le plus stable. Il nous apparaît que c'est là une piste d'explication quant à l'origine d'une définition réductrice du podcasting. Une deuxième piste d'explication des difficultés à définir le podcasting provient d'une friction avec les radios traditionnelles.

4.1.2 Podcasting, radio diffusée sur Internet et technique de diffusion

Pour les acteurs rencontrés, la popularité des émissions de radio rediffusées en ligne, que certains qualifient de podcasting ou de baladodiffusion de par leur mode de diffusion, est responsable d'une large part de la confusion entourant la nature du podcasting. Cette assimilation erronée de leur pratique à celle de la radio semble irriter certains podcasters, alors que d'autres, plus rares, restent indifférents tout en reconnaissant que leur activité n'est pas équivalente à celle d'une radio publique rediffusée en ligne.

À ce stade, la problématique quant à une définition du podcasting se résumerait ainsi pour les acteurs : jusqu'à quel point la nature du podcasting réside-t-elle dans son mode de diffusion ? Car les podcasters ne s'entendent pas quant à l'importance à accorder au support (fichier, fil RSS, lecteur mobile) pour délimiter la nature du podcasting. Par exemple, Luc Denis, l'un des podcasters interrogés, estime que tout fichier audio ou vidéo diffusé sur Internet via un fil RSS est du podcasting, bien qu'il reconnaisse que les contenus qu'il produit lui-même soient de nature différente de ceux émis par des organisations médiatiques professionnelles. Or, pour cet informateur, c'est précisément cet aspect ouvert et libre à tous et à tout type de contenu qui incarne la nature du podcasting. En utilisant la métaphore du mode de production du vin, qui est selon lui conçu de manière artisanale au Portugal et plutôt commerciale en Australie, ce podcaster explique : « Le podcast c'est le vin : il y en a différents types mais ça reste du vin. On parle du côté artisanal, artistique, ou du côté 'grosse

machine’, mais pour moi, c’est du podcasting quand même. » (Luc Denis, entretien du 25 novembre 2008).

Si cette vision des choses est nettement minoritaire dans notre corpus, elle montre néanmoins les frictions qui existent au sein de la communauté. Un point de vue tel que celui de Luc Denis contraint à définir le podcasting par son mode de diffusion, seul point d’ancrage dans le fourre-tout des contenus audios diffusés en ligne via fil RSS.

De manière plus systématique, les discours des podcasters font tous état de la question de l’importance du support, le plus souvent en utilisant une opposition entre leur pratique et celle de la radio traditionnelle. Par un effet de rhétorique par la négative, la radio semble ici faire office de contrepoint pour illustrer ce que le podcasting indépendant n’est pas. Cet appui récurrent dans les discours des podcasters illustre la difficulté que les acteurs rencontrent à définir eux-mêmes leurs activités : il est plus facile de procéder par la négative, en soulignant ce que le podcasting n’est pas, plutôt que de dire précisément ce qu’il est.

En fait, il s’agit de l’un des caractères les plus consensuels dans notre corpus, mis à part l’exception du podcaster cité ci-haut, par rapport à une définition du podcasting : pour les podcasters, le podcasting indépendant n’est pas de la radio. Plus précisément, la pratique du podcasting indépendant *dépasse* son mode de diffusion : le support sur lequel un contenu se déploie ne lui est pas réductible – bien que l’identification de ce « supplément » qui surpasse la technique de diffusion soit plus difficilement qualifiable pour eux comme l’illustre cet extrait d’un blogue de podcaster.

[...] des émissions de radio baladodiffusées ne sont pas des podcasts.

Même pas un tout petit peu? Même pas un tout petit peu...

*C’est comme prétendre qu’une vidéo d’anniversaire que j’ai tournée en 1994 c’est du cinéma. Oui j’utilise la même technologie (de base, on s’entend), mais je ne respecte en rien les règles du septième art. C’est la même chose pour ceux et celles qui prétendent faire de la balado en imitant les règles de la radio. Un podcast n’est pas qu’un vulgaire fichier audio encapsulé dans un fil RSS. (Laurent LaSalle, *Mes paroles s’envolent*, billet du 22 octobre 2008 – l’accentuation en caractère gras est originale).*

Dans cet extrait, le podcaster Laurent LaSalle, que nous avons rencontré à la fois dans le cadre de nos entretiens exploratoires et au moment des entretiens semi-dirigés, pose clairement que le podcasting n'est pas de la radio. Il argumente son point de vue en utilisant la métaphore du cinéma, un champ médiatique reconnu qui possède ses règles, ses genres et ses codes, pour illustrer son sentiment d'inexactitude lorsqu'une émission de radio présentée en rediffusion sur Internet est qualifiée de podcasting. Se faisant, le podcaster ouvre à une piste de réponse quant à la nature du podcasting : pour faire du podcasting, il faut plus « qu'un vulgaire fichier audio encapsulé dans un fil RSS » (*Ibid.*).

4.1.3 Au-delà d'un mode de diffusion : une pratique expressive

La piste qu'éclaire Laurent LaSalle nous ramène à une donnée récurrente chez les podcasters rencontrés : le podcasting est perçu par ses acteurs comme un moyen de communication et d'expression médiatique. Un motif « expressiviste » court en trame de leur pratique (Allard 2005). Ils sont podcasters « pour communiquer et m'exprimer » (MC Turgeon, 16 décembre 2008), pour « lâcher mon fou, [...] comme exutoire créatif » (Alexis Roderigue-Lafleur, 10 décembre 2008), « pour le fun, pour moi » (Laurent LaSalle, 1^{er} décembre 2008), « parce que c'est cool, [...] pour dire ce que je pense de divers sujets de la vie quotidienne » (Julien Smith, 7 janvier 2009). Ce motif expressiviste est lié à une volonté de communiquer avec l'auditoire, point sur lequel nous reviendrons plus loin dans ce chapitre, ainsi qu'au chapitre suivant. Pour le moment, soulignons simplement que cet expressivisme n'est pas à entrevoir sous le prisme du narcissisme et qu'il tient compte d'un public.

Sans parler d'une dichotomie entre les modes de production institutionnalisé et indépendant, les podcasters tissent dans leur discours une catégorie qui se rapporterait au « vrai » podcasting, comme le présentait MC Turgeon dans son billet de blogue publié en 2005, « *What 'real' podcasting is or could be* » (infra : 10). Dans ce billet, la podcaster exprimait déjà la nécessité pour elle de considérer le podcasting comme un mode

d'expression différent de la radio, notamment par sa nature personnalisée et libre. Ce « vrai » podcasting, que nous avons qualifié de podcasting indépendant, aurait donc comme caractéristique une volonté d'expression personnelle du podcaster. Au-delà de son mode de diffusion, cela constituerait la première « règle » du podcasting indépendant.

Dans son billet de blogue cité plus tôt, Laurent LaSalle détache la technologie employée de son champ d'expression ; dans son exemple, il s'agit de la pellicule par rapport au cinéma comme champ d'expertise spécifique. Il mentionne que l'utilisation simple d'une caméra ne ferait pas de lui un cinéaste : pour se faire il devrait intégrer certaines « règles » et incorporer à son utilisation de la caméra des codes de la grammaire cinématographique. Ainsi, le passage de la simple utilisation d'un fil RSS à l'usage réel du podcasting passerait par l'intégration d'un jeu de règles⁶ supportant la création des contenus, et par le développement de compétences spécifiques par rapport à la grammaire d'un langage. À ces conditions se juxtaposerait la notion expressive telle que le mentionnait MC Turgeon et que l'ont manifesté les podcasters que nous avons rencontrés.

C'est précisément dans ce passage d'une utilisation stricte d'un support à une réelle démarche expressive, via une appropriation du dispositif, que le podcaster passe du statut d'utilisateur à celui d'usager. En intégrant les compétences techniques et cognitives minimales pour créer un podcast, puis en intégrant la pratique du podcasting à leur vie quotidienne, les acteurs s'approprient le podcasting et constituent un champ significatif entourant leur usage.

⁶ Nous poursuivrons dans ce chapitre la description de ce jeu de règles, notamment les valeurs et compétences mobilisés, alors que le chapitre suivant s'attardera à les analyser dans l'optique d'un sens du style du podcasting indépendant.

4.2 Usages du podcasting : compétences, expertise et transparence

La sociologie des usages place la figure de l'utilisateur comme un individu investi de compétences spécifiques par rapport à un objet technique qu'il opère à la fois de façon autonome et contrainte (Proulx 2008 : 4). « Autonome » parce qu'il possède un jeu de compétences techniques et cognitives par rapport au dispositif ; « contrainte » parce que l'objet possède ses contingences.

Le podcasting indépendant comporte une série de contraintes techniques liées à la réalité de la diffusion en ligne. Ces contraintes ont été évoquées au chapitre I au moment de décrire l'aspect « fait maison » du podcasting. Nous reviendrons sur ce point plus loin dans le présent chapitre, pour le moment nous nous intéresserons à la question des compétences.

Nous avons tenté de discerner les compétences déployées par les acteurs dans la création de leurs podcasts. Bien que notre stratégie méthodologique n'ait pas saisi les podcasters en action, pendant leur enregistrement, les entretiens et l'analyse des sites et des podcasts nous ont permis de saisir les principaux traits des compétences spécifiques déployées.

4.2.1 Compétences techniques

Le développement de compétences techniques va de soi dans le cas d'une activité comme le podcasting indépendant, qui suppose qu'une personne prenne l'initiative de créer ses propres capsules sonores, de les déposer en ligne et de les diffuser. Dans les faits, le profil des acteurs que nous avons rencontrés correspond à celui d'un usager d'Internet de niveau élevé à expert. Les plus experts des acteurs rencontrés ont des métiers dans le domaine des communications et de l'Internet (consultant en médias sociaux, designer Web, technicien en informatique) et mentionnaient que la grande majorité des contenus médiatiques qu'ils consommaient provenait d'Internet. Les autres acteurs possédaient un niveau d'expertise Web ou médiatique élevé par intérêt, par exemple une enseignante au

secondaire qui blogue depuis 2003, ou encore un technicien en muséologie qui avait une expérience de DJ et de vidéaste amateur avant de se lancer dans le podcasting. Dans notre corpus, les acteurs ayant le moins de compétences Web ou médiatique expliquaient avoir développé leurs compétences expressément pour acquérir le bagage nécessaire à la création autonome de leur podcast. Tous les acteurs rencontrés enregistraient, montaient et diffusaient eux-mêmes leurs podcasts. Certains acteurs semblent retirer une fierté de ces compétences alors que pour d'autres elles semblent accessoires ou encore naturelles. Par exemple, les podcasters possédant le plus d'expertise générale d'Internet voyaient ces compétences comme allant de soi étant donné leurs habitudes.

La majorité des podcasters rencontrés durant les trois années qu'aura duré cette recherche avaient des profils sur divers médias sociaux, principalement Facebook et Twitter, et utilisaient plusieurs sites de contribution en ligne comme Flickr, MySpace et Blip.fm (plateforme sociale qui s'apparente à un juke-box public et gratuit où les membres prennent le statut de DJ), en plus d'administrer et de maintenir les contenus de leur propre site. L'analyse des sites a d'ailleurs confirmé une intense fréquentation des médias sociaux de la part des podcasters, notamment par la présence récurrente de logos et de liens reliés aux diverses plateformes sociales disponibles sur Internet.

L'expertise Web assez élevée des acteurs se traduit également par l'utilisation de plateformes modifiables, développées par des communautés du logiciel libre pour administrer leur site personnel. Des cinq sites analysés, trois étaient supportés par WordPress, un par Drupal et un était codé « à la main » sans être affilié à une plateforme. L'utilisation de ces techniques de publication appelle un certain niveau de compétences en ce qui concerne le langage Web et le contrôle des applications, des contenus et des éléments dynamiques du site. La petitesse de notre échantillon ne permet pas une généralisation, or il semble y avoir une tendance vers les modes de publication ouverts et libres.

4.2.1.1 Phase préparatoire à l'enregistrement

Lorsque l'on observe les compétences liées à l'enregistrement et à la confection proprement dite de leur podcast, les podcasters interrogés se sont montrés assez critiques et la plupart ont mentionné souhaiter que leur podcasts gagne en qualité sonore au fil du temps. Ce souci d'amélioration des compétences et du rendu est à croiser avec la méthode d'enregistrement des podcasters. Nous avons d'ailleurs observé que la phase préparatoire de l'enregistrement semble être celle qui évolue le plus au fil de la pratique d'un podcaster. Par exemple, pour l'un des acteurs interrogés, les premiers podcasts étaient presque entièrement écrits et lus au micro, or au fil des enregistrements, sentant le manque de dynamisme de cette méthode, ce podcaster s'est détaché de ses notes et s'en tient aujourd'hui à une feuille de route présentant la structure générale des sujets abordés. Il complète cette feuille de route par des notes plus détaillées afin présenter de manière juste les contenus informatifs plus spécialisés (nom d'une étiquette de disque, dates importantes). Un autre acteur rencontré avait, au contraire, l'habitude d'enregistrer ses podcasts sans aucune note et de prendre le micro avec une vague idée en tête et quelques chansons qu'il souhaitait présenter. En discutant avec un collègue podcaster, cet informateur s'est rendu compte de l'importance de la qualité des premières minutes d'un podcast pour capter et conserver l'attention d'un auditeur. Suite à cette discussion, il a commencé à mieux planifier ses enregistrements, à prendre des notes afin de préparer son podcast, en portant une attention particulière aux premières minutes. Ainsi, la trajectoire de préparation d'un podcaster, qu'elle parte d'un extrême (très préparé) ou de l'autre (peu préparé), semble se stabiliser autour d'une préparation s'appuyant sur une feuille de route et une liste musicale. Une fois stabilisée, la phase de la préparation du podcast semble être la même pour tous les podcasters : planification de la *playlist* et prises de notes générales concernant les principaux sujets de l'épisode, avec l'ajout de notes plus détaillées lorsqu'il est nécessaire de présenter des informations précises. Chez les podcasters rencontrés, cette méthode était la plus commune et ils expliquaient procéder ainsi pour conserver un maximum de spontanéité tout en évitant les temps morts ou le manque de cohérence que pourrait causer une absence de préparation.

Notons que dans le cas des podcasts musicaux (traitant de musique et présentant beaucoup de pièces), la *playlist* semble jouer le rôle d'une armature sur laquelle se greffe les

sujets des interventions micro. Alors que dans le cas des podcasts plutôt parlés (présentant peu de pièces musicales), la musique joue le rôle d'une ponctuation, venant clore ou appuyer un sujet évoqué par le podcaster, ou servant de pont sonore entre deux sujets.

4.2.1.2 Enregistrement et reconnaissance de l'expertise du podcaster

Les podcasters indépendants développent également des compétences quant à l'édition et à la manipulation des fichiers audio. Déjà, une attention doit être apportée à la qualité de l'enregistrement, la voix doit être enregistrée à un certain niveau, ni trop bas, ni trop élevé, sous peine de créer de la distorsion. À ce sujet, le logiciel le plus communément employé chez les podcasters rencontrés est Garage Band, logiciel offert avec les ordinateurs de la marque Apple, qui possède un mode d'édition spécifique aux podcasts. Ce logiciel permet une manipulation intuitive des fichiers sonores grâce à une ergonomie simple et illustrée. Une seule des personnes rencontrées pendant les quatre volets de notre stratégie d'enquête utilisait le logiciel Pro Tools, un outil de traitement sonore professionnel qui nécessite des compétences beaucoup plus poussées et un ordinateur très performant pour être adéquatement opéré. Cependant, ce logiciel offre une précision et une finesse dans le traitement de la voix que ne permet pas Garage Band.

Les détails de la routine d'enregistrement du podcast n'ont pas été scrutés dans notre enquête, or les discours des acteurs laissent transparaître que la qualité de l'enregistrement d'un podcast semble faire office de talon d'évaluation du niveau d'expertise d'un podcaster, une façon de mesurer l'étendue de sa pratique en quelque sorte. De fait, la qualité sonore est un souci important chez les podcasters rencontrés. La qualité sonore semble associée à un certain « standard de production » et il est important pour les acteurs que ce standard soit le plus élevé possible par rapport à leurs compétences et à la qualité de leurs outils.

Ce souci pourrait s'articuler en réaction au statut d'amateur qui accompagne généralement les usages contributifs : dans une masse de contributions, les podcasters établis qui créent avec soin souhaiteraient la reconnaissance d'une certaine forme d'expertise au sein même de l'univers des usages contributifs et de la pratique du podcasting. Cet aspect est à

connecter avec la problématique plus large de l'expertise à travers les usages contributifs (Proulx 2009). En ce sens, les contributeurs ayant atteint une certaine renommée auprès de leurs pairs possèdent une certaine forme d'expertise, issue de leur pratique reconnue. Ainsi, si les podcasters se montrent souples quant au style d'animation des podcasts, plusieurs montrent un sens critique acéré quant à la forme. À ce propos, Sylvain Grand'Maison s'écrie dans un de ses podcasts : « Ne faites pas saigner mes oreilles ! » (*Le Québec en baladodiffusion*, épisode # 28, 22 janvier 2008), ce qui illustre à quel point un mauvais enregistrement est mal vu.

4.2.2 Compétences communicationnelles

De la même manière que les podcasters rencontrés souhaitent améliorer la qualité sonore de leurs créations au fil de la pratique, ils laissent entendre vouloir améliorer leurs compétences communicationnelles, qu'ils logent sous l'étiquette « animation ». Ainsi, sans nécessairement le mentionner de façon directe, ils souhaitent généralement développer de meilleures capacités d'animation, soit par l'écoute critique de leur podcast, soit par les commentaires sollicités auprès de personnes de confiance. Les acteurs rencontrés laissent également transparaître la part de l'auditeur en eux : la presque totalité des personnes rencontrées affirment écouter des podcasts et lorsqu'il est question de leur animation, ces podcasters passent du rôle d'auditeur à celui de podcaster naturellement dans leur discours. L'écoute de podcasts est donc vue comme une manière pertinente pour eux de s'améliorer, puisqu'ils y expérimentent ce qui capte leur intérêt et ce qui les lasse lorsqu'ils sont à l'écoute. Leur écoute de podcasts semble donc être doublée d'une attitude d'observation critique et réflexive, où ils notent les aspects qu'ils apprécient et ceux qui les hérissent afin d'améliorer leur propre pratique.

Les compétences communicationnelles mobilisées par les podcasters sont essentielles à l'établissement d'une communication avec leur public, qui est tout aussi volage et rapide à zapper que le sont les podcasters eux-mêmes (Jenkins 2006 : 9). De la même manière que les blogueurs doivent acquérir des compétences communicationnelles spécifiques à leur mode d'expression (Cardon et Delaunay-Téterelle 2006), les podcasters expérimentent et intègrent

une grammaire spécifique à leur manière de communiquer, sonore, enrichie de musique et mobile.

4.2.2.1 Posture d'adresse et posture de sollicitation

Deux postures semblent marquer les compétences communicationnelles mobilisées par les acteurs, qu'ils endossent tour à tour ou simultanément. D'abord, une posture générale d'adresse à l'auditeur guide le style d'animation des podcasters analysés. Ensuite, une posture de sollicitation est endossée par le podcaster qui souhaite recevoir des commentaires de la part de son public.

Ces deux postures sont ouvertes vers l'auditoire. Bien que le podcasting soit une pratique expressive, les acteurs ouvrent systématiquement leurs podcasts par une salutation aux auditeurs et se présentent en se nommant. La posture générale d'adresse à l'auditeur se rapporte plus ou moins à une posture que l'on reconnaît chez les animateurs de radio, qui dirigent leur discours vers les personnes à l'écoute. Ainsi le podcaster pourra formuler des phrases comme : « [...] si vous voulez rire, allez sur YouTube et cherchez [cette chanson] parce que le vidéoclip est inspiré des jeux vidéos... en tout cas... moi je trouve ça drôle! » (Laurent LaSalle, *Mes Paroles s'envolent*, épisode # 89, 25 mai 2009). Dans les podcasts que nous avons analysés, nous ne retrouvons pas de traces de monologue, mais certains podcasters insèrent dans leur animation des capsules s'apparentant à un éditorial, c'est notamment le cas de Julien Smith, de Sylvain Grand'Maison et des Beaux Réals Roux. Dans ces parties de leurs podcasts, ces acteurs prennent position par rapport à un sujet, généralement d'actualité, et le défendent en argumentant à l'endroit de l'auditeur. D'ailleurs, ces éditoriaux comportent souvent des questions ou des adresses directes à l'endroit du public qui glisse dans la posture de sollicitation : « Est-ce que c'est une bonne chose de s'ouvrir, de se mettre à nu et de mettre en ligne tout ce que l'on pense? C'est un peu la façon de faire des blogueurs et je vous pose la question [...]. » (Sylvain Grand'Maison, *Le Québec en baladodiffusion*, épisode # 34, 31 mai 2008).

Ce type de phrase renvoie le droit de parole à l'auditeur. Dans la posture de sollicitation, le podcaster demande souvent directement à ses auditeurs leur avis ou simplement leurs commentaires. Tous les podcasts analysés offraient d'ailleurs plusieurs avenues aux auditeurs désireux de s'exprimer : site Web du podcaster, courriel, Facebook, boîte vocale téléphonique et boîte vocale virtuelle où les auditeurs peuvent enregistrer leurs réponses. Les podcasters réagissent à ces commentaires, souvent sur leur site et quelques fois directement dans leur podcast suivant, comme c'est le cas de Laurent LaSalle. Cela donne une tangibilité particulière à la communication entre le podcaster et ses auditeurs, et contribue à donner au podcasting une forme conversationnelle sur laquelle nous reviendrons plus en profondeur au chapitre suivant.

Les compétences communicationnelles s'arriment avec certaines des valeurs qui sont véhiculées dans la pratique du podcasting, que nous expliciterons plus loin, et viennent s'ancrer dans les contraintes du podcasting. C'est le cas de la transparence qui découle de l'authenticité valorisée dans le podcasting indépendant.

4.2.2.2 Transparence communicationnelle et technique : ouverture sur les coulisses

La transparence dans le podcasting est tangible au niveau communicationnel, de même que du point de vue de la technique. Par exemple, lorsque l'on s'attarde aux processus techniques et de publication, il est fréquent d'entendre un podcaster mentionner un problème d'ordre technique et partager les « coulisses » de son podcast avec l'auditeur.

Chez Goffman, les « coulisses » - ou « région postérieure » - représentent un espace et un moment cachés aux spectateurs d'une représentation sociale spécifique afin que les acteurs de cette représentation puissent la mettre en place sans en altérer la signification auprès du public (1973 : 110). Les coulisses sont cachées à ce public afin de permettre la crédibilité de la performance sociale qui suivra. Or, dans leur pratique du podcasting, les acteurs observés tendent vers une minimisation des coulisses de leur activité. Ainsi, ils les réduisent au minimum et offrent une part de leur démarche à l'auditeur. Tel qu'explicité dans la section sur les compétences techniques des podcasters, la portion « cachée » au public

se réduit ici à une phase préparatoire plus ou moins longue, ainsi qu'à une phase de montage et de mise en ligne.

D'un point de vue communicationnel, les coulisses sont abordées en toute franchise dans le podcasting indépendant, soit dans le podcast ou dans son environnement immédiat, par exemple le site ou la description du podcast sur iTunes. Plus encore, les coulisses sont mises en valeur et deviennent des sujets de discussion pour les podcasters et leur public, ce qui s'inscrit *a contrario* des productions institutionnalisées. D'ailleurs, nos observations nous portent à postuler que l'exposition des coulisses, chez les podcasters mais possiblement dans d'autres formes d'usages contributifs, s'arrime avec une certaine culture de l'ouverture et du partage en vue de contribuer à la communauté en documentant les expérimentations et les créations réalisées. Ainsi, de la même manière que les contributeurs du logiciel libre documentent et partagent leurs codes afin que la communauté en bénéficie, les podcasters ont une propension à documenter et partager leurs rapports à la technologie et aux médias en général.

Par exemple un ennui de compatibilité lors d'un changement de logiciel d'édition sonore fait l'objet d'une chronique détaillée de la part de Sylvain Grand'Maison dans un podcast du *Québec en baladodiffusion* (épisode # 28, 22 janvier 2008) ou encore Laurent LaSalle explique avec photos à l'appui comment il a lui-même réparé son iPhone.

Figure 1 : Réparation du téléphone mobile du podcaster, avant / après.



Source : Billet « Réparation de la vitre d'un iPhone : opération difficile mais possible », *Mes paroles s'envolent*, 30 mai 2009.

La transparence est également valorisée et endossée au moment de la mise en ligne du podcast, comme en témoigne le texte de la figure suivante, truffé de parasites causés par une mauvaise compatibilité des modes d'édition. Il s'agit d'une capture d'écran du logiciel iTunes qui présente la description attachée à une « jeune » podcaster, Stéphanie et ses *Vagues divagations*, qui en était alors à la deuxième parution de son podcast.

Figure 2 : Description de l'épisode # 2 du podcast *Les Vagues divagations*.



Source : iTunes, *Les Vagues divagations*.

Dans cette figure, on constate que la podcaster affirme d'emblée ne pas avoir « encore tout compris » du podcasting. Ici, le « tout » est englobant et concerne autant la technique que la manière de communiquer dans un podcast, comme le stipule la suite de son commentaire qui laisse entrevoir le défi que constitue la création de contenus d'une durée plus longue. Au niveau technique, la podcaster fait également preuve de beaucoup de transparence et assume les problèmes rencontrés : elle place son podcast en ligne de façon temporaire, en s'excusant de ces ennuis (« dsl » signifie « désolé » en jargon Web). Elle a ultérieurement rédigé un message de mise à jour pour informer les gens que la dernière parution de son podcast était maintenant disponible de manière appropriée.

Dans la pratique du podcasting indépendant, la transparence dans les processus communicationnels et techniques est donc valorisée et complètement assumée. Elle est d'ailleurs palpable jusque dans la phase d'enregistrement du podcast, par la présence de bafouillements ou d'impropriétés langagières qui sont préservés au montage, ainsi que par le contexte et l'environnement sonore. Par exemple, ci-bas, un test d'enregistrement à l'aide

d'une fonctionnalité du iPhone devient un podcast, où le podcaster partage ses doutes à son public :

[bruit de pas, la voix est légèrement essoufflée] *Bonjour c'est Laurent qui parle au téléphone et vous écoutez Mes paroles s'envolent. Oui, vous aurez compris que je suis en train d'essayer quelque chose de nouveau : dans le fond c'est Sylvain Grand'Maison qui a essayé ça la semaine passée et j'ai trouvé ça nice, même s'il était un p'tit peu essoufflé quand qu'il parlait. Il utilisait l'application iTalk, l'application du iPhone. [...] Il a enregistré son podcast, [...] quand il se dirigeait à un rendez-vous [...]. Je vais faire pareil parce que j'ai pas beaucoup de temps! Pis aussi parce que j'ai trouvé que le résultat au niveau audio était quand même intéressant. Là, je suis en train de me demander à quel point le vent va affecter l'enregistrement en cours.* (Laurent LaSalle, *Mes paroles s'envolent*, épisode # 84, 3 mars 2009)

Dans cet extrait de son podcast, Laurent LaSalle est non seulement transparent au niveau de la technique d'enregistrement (le iPhone) et du contexte de celui-ci (il est pressé et se rend à un endroit), mais il cite également la source de son idée, soit un autre podcaster, et le contexte dans lequel il a découvert cette technique. Le podcaster avoue sans détour utiliser son iPhone parce qu'il est trop pressé pour enregistrer chez lui, il poursuivra d'ailleurs en mentionnant qu'il est au centre-ville de Montréal et se rend à un rendez-vous.

Ce type de propos et cette manière de présenter les contenus est typique du podcasting indépendant. Cette caractéristique forte de la transparence découle directement des valeurs véhiculées par les podcasters dans leur pratique, à commencer par l'authenticité.

4.3 De l'authenticité à la reconnaissance : les valeurs dans la pratique du podcasting

Certains principes fédérateurs sont mentionnés avec force par les podcasters indépendants, et ces principes constituent un jeu de valeurs qui permettrait de circonscrire une manière spécifique de pratiquer le podcasting. Une valeur consensuelle chez les podcasters rencontrés nous informe davantage quant aux bases d'un sens du style du podcasting, auquel nous reviendrons au chapitre V, il s'agit de l'authenticité.

4.3.1 Authenticité, personnalisation et « fait maison »

L'authenticité est une valeur récurrente chez les podcasters rencontrés, qui la placent nommément comme une caractéristique essentielle liée à la nature du podcasting indépendant. Plus encore, elle nous apparaît être la pierre angulaire d'une triade, complétée par la personnalisation et le « fait maison », sur laquelle se construit le système de valeurs qui régit les codes du podcasting tel que nous l'avons observé. Cette triade se manifeste de plusieurs façons, notamment par la transparence tant technique que communicationnelle, et est valorisée par les acteurs.

4.3.1.1 La personnalisation

La personnalisation s'apparente au principe de transparence appliqué au niveau des thèmes abordés dans les podcasts et de leur angle de traitement. Les podcasters laissent transparaître divers aspects de leur vie personnelle, y exposant des pans qui sont souvent issus à la fois des sphères professionnelle et privée, sans pour autant que cela n'implique de révélations intimes, quoique cela se produise parfois. Ce trait est récurrent dans les podcasts analysés, même lorsqu'il y a présence d'un certain dispositif de mise en scène. Par exemple, dans l'extrait d'un podcast des *Vagues divagations* qui suit, la podcaster fait la narration d'une escapade chez sa cousine en faisant appel à de nombreux processus de distanciation –

elle se fait narratrice, donne un titre à la capsule audio et ajoute un habillage sonore et des bruitages pour ponctuer le récit.

'L'accord du Lac Meech ou la fois qu'on s'est trompé de trail en forêt.' [Insertion de musique jazz.]

J'ai écrit sur Twitter que je partais dans 30 minutes, alors je n'avais plus une seconde à perdre avant de prendre le volant et d'filer à 120 km/h vers Hull-Gatineau.

Qu'est-ce que tu fous à Gatineau?

Ben c'est bien simple, j'avais envie de... de voir mes cousines, de marcher les sentiers d'automne dans le parc de la Gatineau avant qu'y reste pu de feuilles dans les arbres hein! Pis de rencontrer aussi le nouveau chum de ma cousine Geneviève. [bruit de moteur de voiture]. (Stéphanie, *Les Vagues divagations*, épisode # 2, 20 octobre 2008).

Dans cet extrait, la podcaster assume la narration, on sent d'ailleurs une certaine rigidité dans le ton, probablement dû au fait qu'elle lit un texte, et un montage sonore vient créer un effet comique. Or, malgré ces processus de distanciation, ce podcast offre tout de même un accès particulièrement riche à l'univers personnel de la podcaster : l'auditeur saura qu'elle habite Montréal, qu'elle a des cousines en Outaouais, qu'elle aime la randonnée et qu'elle a l'habitude de rouler au-dessus de la vitesse permise sur l'autoroute. S'il poursuit son écoute, il apprendra qu'elle n'est pas très en forme, qu'elle est ponctuelle, qu'elle compose des chansons et qu'elle les chante elle-même. Malgré la mise en scène de son podcast, celui-ci reste très personnel et collé à la personnalité réelle de la podcaster. D'ailleurs, le fait que cette podcaster présente une de ses compositions dans chacun de ses podcasts contribue à l'authenticité qui émane de sa démarche, à son unicité.

La personnalisation se rapporte également à l'imbrication de la pratique du podcasting dans la vie quotidienne du podcaster. Par exemple, Alexis Roderigue-Lafleur, du podcast *Lada et George*, affirme que bien qu'il porte un nom fictif dans son podcast, son personnage reste près de lui et de sa vie quotidienne « si mon fils crie pendant que j'enregistre, hé bien Georges a un fils, c'est tout! » (entretien du 10 décembre 2008). Dans ce cas précis, le

podcaster explique que le nom de George vient d'une vieille farce avec sa collègue et amie qui complète le duo de podcasters. Ainsi, il porte le surnom de George pour le côté ludique que cela apporte et pour lui la pratique du podcasting n'en est pas moins authentique, justement parce qu'elle lui permet un éclatement que ne lui permet pas son métier, ni la radio communautaire du côté de laquelle il s'était d'abord tourné avec le projet de correspondance auditive de Lada et George.

Le rapport au quotidien est audible dans les podcasts analysés, par les thèmes abordés ou par des indices de l'environnement sonore. Ainsi, lorsqu'il mentionne que la chanson suivante se retrouve dans son podcast « à cause de sa blonde qui l'écoute tout le temps dans le *char* », Laurent LaSalle pouffe au micro pendant que sa copine en question crie « non! » loin derrière, quelque part dans une autre pièce de leur logement d'où elle a tout entendu.

L'aspect personnel des propos tenus par certains podcasters est une zone que l'on sent sensible chez certains acteurs. Notamment parce qu'ils ont justement un rapport authentique à leur pratique et qu'ils souhaitent assumer ce qu'ils diffusent. Par exemple, le podcaster Julien Smith affirme que bien que certaines anecdotes personnelles racontées dans ses podcasts semblent exagérées, elles sont pourtant réelles. Pour le podcaster, il est extrêmement important de rester authentique à ce niveau afin de rester intègre dans sa pratique: « j'ai développé un style comme ça, justement en commençant à raconter des choses qui étaient vraies, mais le plus extrême possible » (entrevue du 7 janvier 2009). Il explique ainsi que son penchant pour des pratiques « extrêmes » comme le tatouage et le perçage se reflète dans ses podcasts.

« Est-ce que c'est une bonne chose de s'ouvrir, de se mettre à nu et de mettre en ligne tout ce que l'on pense? [...] Moi je crois au contraire que c'est lorsque l'on est authentique qu'on est le plus fort. » (Sylvain Grand'Maison, *Le Québec en baladodiffusion*, épisode # 34, 31 mai 2008). Cet extrait témoigne d'un recul réflexif des podcasters par rapport aux limites entre ce qu'il souhaite partager de leur vie personnelle et ce qu'ils préfèrent conserver pour le domaine privé. On comprend aussi dans cet extrait que pour ce podcaster, comme pour plusieurs autres que nous avons rencontrés, c'est justement lorsque l'on repousse cette limite le plus loin que l'on crée des contenus riches et porteurs de sens. Par exemple, deux

podcasters nous ont raconté, dans deux entrevues séparées qu'une podcaster anglophone montréalaise bien connue au Canada a enregistré avec son conjoint un podcast suite à la mort de l'un de ses parents. Sous le choc et ne sachant pas comment encaisser cette nouvelle, son réflexe a été d'ouvrir son micro et d'en parler avec ses auditeurs. Les acteurs ayant évoqué ce podcast ont mentionné cet exemple pour expliquer que ce rapport direct une personne réelle avec ses auditeurs était justement ce qui les touche dans le podcasting indépendant.

4.3.1.2 Le « fait maison »

L'authenticité dans la démarche des podcasters se traduit également au niveau de la forme par ce que nous avons qualifié de « fait maison » dans le chapitre I. En effet, le fait de produire leur podcast eux-mêmes, avec leurs propres moyens, reste un élément clé dans leur démarche. Pour les acteurs, cela revient à la question de l'authenticité et ce critère reste essentiel aux yeux de plusieurs d'entre eux comme en témoignent les propos de Laurent LaSalle :

*Autant certaines émissions de radio démontrent une certaine authenticité (probablement qu'en cherchant à CISM⁷, j'aurais un exemple) tout comme certaines capsules vidéo d'Urler.tv se comparent à du matériel cinématographique. Rien n'est coulé dans le béton, je vous invite seulement à explorer les contenus 'home made'... ». (Laurent LaSalle, billet « Si j'écoute des podcasts? Ben oui, j'écoute Christiane Charrette... », *Mes paroles s'envolent*, 22 octobre 2008).*

Dans cet extrait, le podcaster expose que la liberté du podcasting offre forcément des contenus très variés, mais que l'essentiel est de prêter l'oreille aux contenus « faits maison ». L'authenticité, la transparence, la personnalisation et le « fait maison » comme principes de base ouvrent cependant à une très large palette formelle. Dans cette vaste palette formelle et thématique, les contenus reconnus comme pertinents pourraient être ceux qui conjuguent les

⁷ CISM est une radio universitaire alternative affiliée à l'Université de Montréal.

caractéristiques d'être « faits maison » *et* d'être le produit d'une certaine expertise, expertise attribuée via la reconnaissance des pairs. C'est dans cette optique que la double valorisation de l'expertise et du « fait maison » prend une épaisseur sociologique pertinente.

4.3.2 Valorisation et reconnaissance dans la contribution

La reconnaissance est un procès par lequel des acteurs « se confirment publiquement leur valeur sociale » (Rueff à paraître : 4). Pour qu'une reconnaissance ait éventuellement lieu, une certaine exposition de la valeur de l'utilisateur est nécessaire. En évoquant des travaux en *game studies*, Rueff expose que divers éléments symboliques permettent aux usagers de « briller » en situation de contribution (à paraître). De fait, la reconnaissance dans la pratique du podcasting semble se construire via une dynamique de valorisation de l'expertise, qu'elle soit personnelle et professionnelle. Cette dynamique est notamment observable par un jeu d'auto-référencement remarqué dans les sites des podcasters.

4.3.2.1 Phénomène d'auto-référencement

L'analyse des sites Web des podcasters permet de relever la présence de ce que nous nommons « auto-référencement ». Il s'agit d'une tendance observée dans tous les cas de notre échantillon qui consiste en une présence plus ou moins diversifiée de liens menant vers d'autres manifestations en ligne du podcaster. Par exemple, sur les sites des podcasters, nous retrouvons des boutons dirigeant vers l'espace Twitter du podcaster, son profil Facebook, sa banque d'images Flickr, ses signets Delicious et autres profils MySpace. C'est pourquoi nous parlons d'auto-référencement : il s'agit d'un réseau où chacun des nœuds principaux appartient en fait à une seule et même personne, qui s'affiche comme telle, et les utilise pour rejoindre le plus large public possible afin d'augmenter la portée de sa diffusion sur Internet et, par le fait même, sa notoriété. Les podcasters possédant le plus d'expertise Web offraient même un certain raffinement dans cette offre d'auto-référencement, présentant de manière distincte les liens vers leur profil Facebook personnel et celui menant à la page qu'ils avaient créé pour leur podcast sur Facebook.

Pour les podcasters, ces liens ont un statut symbolique particulier puisque dans tous les cas, les boutons se trouvaient mis en évidence par des icônes et des intitulés, ainsi qu'isolés des autres contenus de la page Web. En effet, d'un point de vue ergonomique, ces liens menant vers les autres espaces personnalisés du podcaster étaient généralement situés dans la colonne de droite des sites afin d'inviter à « sortir » du site en allant visiter tel autre espace du podcaster. Dans la plupart des cas, ces liens suivaient l'encadré dédié à présenter le podcaster ou encore à présenter le site.

Si cette auto-connectivité est manifeste dans l'interface des sites, elle est également présente dans les podcasts. Les podcasters écoutés mentionnent systématiquement au moins l'un ou l'autre de leurs espaces personnels en ligne pendant leur podcast et ce, en plus de spécifier leur site et les diverses façons de les joindre (courriel, téléphone, boîte audio virtuelle).

Au-delà d'un fétichisme du « moi », ce réseau que les podcasters tissent autour de leur propre contribution en ligne visent justement à les faire « briller » auprès du plus vaste public possible. Cela sous-entend un désir de joindre un plus vaste auditoire pour leur podcast, tout en valorisant leur expertise Web. De fait, s'afficher comme étant membre de Twitter, de Blip.fm ou de telle nouvelle plateforme sociale est révélatrice d'un certain niveau d'expertise d'usage d'Internet. Ces liens constituent une collection de « symboles de prestige » (Rueff à paraître : 10, citant Goffman 1975). La rareté ou la complexité des marqueurs symboliques contribuent au prestige du podcaster, ainsi si Facebook est devenu d'usage courant, plus rares sont les podcasters qui affichent un profil sur Blip.fm ou sur Delicious. De ce fait, ceux qui le font affichent une différence et un usage de plateformes sociales plus rares qui les positionnent comme ayant une certaine expertise.

Cependant, ce procédé d'auto-référencement prend sa réelle ampleur lorsque juxtaposé à un système de citation qui entérine la reconnaissance des pairs.

4.3.2.2 Citation et reconnaissance mutuelle

Il existe chez les podcasters rencontrés un système de citation qui agit comme un sceau reconnaissant la valeur sociale et les contributions des acteurs. Cela est observable tant sur leurs sites que dans les podcasts écoutés.

D'abord, la plupart des sites analysés présentent une blogoliste, comme c'est le cas dans la plupart des blogues. Or, dans l'usage du blogue, la blogoliste est étroitement associée aux pratiques de lecture de l'auteur de ce blogue « [en] désignant les sites qu'il a l'habitude de fréquenter et de commenter » (Cardon et Delaunay-Téterelle 2006 : 4-5). La blogoliste assume un double rôle : le podcaster y présente les autres blogueurs et podcasters qu'ils fréquentent, et ceux-ci, s'ils le mentionnent en retour dans leur blogoliste, attestent de la présence d'un lien réciproque et reconnaissent sa valeur.

La citation est également présente dans les podcasts comme tels et il est fréquent d'entendre un podcaster en mentionner un autre. Plus encore, certains podcasters se répondent, réagissent aux commentaires de l'un d'entre eux, ou citent le podcast où ils ont découvert telle chanson qu'ils s'appêtent à présenter dans leur propre podcast. Par exemple, Stéphanie de *Vagues Divagations* cite Laurent LaSalle pour expliquer comment elle a connu un groupe plutôt méconnu : « Plus tôt dans l'émission vous avez entendu Fujiya et Miyagi, un groupe que j'ai découvert grâce à Laurent, Laurent qui m'a passé c'te CD-là et heu... J'étais très contente! » (*Vagues Divagations*, épisode # 2, 20 octobre 2008). Dans cet extrait, la podcaster reconnaît qu'un autre podcaster lui a fait découvrir un artiste avant-gardiste, tout en soulignant qu'elle fréquente suffisamment ce podcaster pour qu'il lui ait même prêté l'album de l'artiste en question. Il s'agit-là d'un marqueur de reconnaissance plus rare – l'évocation de fréquentations « réelles », hors-ligne – le plus souvent associée à quelques podcasters connus qui sont particulièrement actifs en ligne et qui fréquentent régulièrement des événements et regroupements comme Yulblog et PodMTL. Ainsi, par la mention de leurs pairs, les podcasters témoignent de la considération qu'ils leur portent et un système de citation s'installe, témoignant de la réciprocité et de la reconnaissance entre eux.

Ces aspects ouvrent à la complexité de la tension entre la pratique du podcasting, personnalisée et centrée sur l'expression de l'individu, et les relations avec la communauté et

les auditeurs. Cela nous mène au chapitre V, où ces éléments seront scrutés à l'aune d'un style du podcasting.

CHAPITRE V

ANALYSE : LE STYLE DU PODCASTING INDÉPENDANT

Dans ce chapitre, nous nous pencherons sur la manière dont prend forme le style des podcasters indépendants et tenterons de dégager des pistes quant à son sens. Nous présenterons d'abord la tension entre la dimension expressive et l'identité collective du podcasting, en explicitant les rouages de l'énonciation de soi et de la dynamique avec le public et les autres podcasters de la communauté. Viendra ensuite une explicitation des principaux traits caractérisant une grammaire propre du podcasting indépendant. Nous terminerons ce chapitre en montrant comment les rouages identitaires du style sous-culturel s'articulent dans l'usage du podcasting indépendant, puis nous expliciterons quel sens ce style revêt à l'aune des analyses proposées.

Rappelons que le style tel que théorisé par Dick Hebdige est un dialogue qui s'organise avec la culture dominante et les sous-cultures qui la côtoient (2008). Il comporte des codes qui témoignent du rapport au monde, au pouvoir et aux expériences matérielles vécus par le groupe de personnes les partageant. Ces codes sont lisibles et significatifs pour ceux qui les construisent. Le style agit ainsi comme le signal d'une différence assumée par un groupe social et à ce titre, « Le 'sens' du style sous-culturel, c'est donc avant tout de communiquer une différence et d'exprimer une identité collective. » (Hebdige 2008 : 108).

Dans *Posing... Threats, Striking... Poses – Youth, Surveillance, and Display*, un texte paru quelques années après *Subculture : The Meaning of Style*, Hebdige nuance sa conception des sous-cultures et du style et y rattache deux idées supplémentaires : d'abord le signe d'une insubordination politique associée à une indépendance d'un groupe social, et ensuite le refus

de l'anonymat de ce groupe (1983). Le style gagne donc en épaisseur sociologique et au-delà de la résistance, il est signe d'indépendance et d'une mise en visibilité intrinsèquement lié à l'identité : « *It is... a declaration of independence, of Otherness, of alien intent, a refusal of anonymity, of subordinate status.* » (Hebdige 1983 : 297).

5.1 De l'expressivisme à l'identité collective

Les discours des acteurs du podcasting laissent entrevoir une tension entre sa logique individuelle expressive et son aspect collectif. Cette aspérité, qui est apparue très tôt dans le processus de recherche, soit dès les entretiens exploratoires, s'est manifestée tout au long de la collecte de données.

Or, comment la logique d'individualisme expressif décelée dans la pratique du podcasting s'articule-t-elle au sentiment de former une communauté ? Pour le dire autrement, comment un individu qui fonde son identité sur sa singularité peut-il également nourrir un attachement identitaire à un groupe ? Cette première section du chapitre proposera des éléments de réponse à ces questions.

5.1.1 Tension entre énonciation de soi et adhésion du public

Le podcasting comporte une tension dans sa pratique entre l'énonciation de soi, que certains pourraient voir comme un narcissisme exacerbé, et un besoin de communication et d'échanges avec les autres. Cette tension est également présente chez les blogueurs qui, dans leur création de contenus en ligne, combinent une logique de production de soi à une dynamique sociale de feedback fondée sur un engagement du public du blogue (Cardon et Delauney-Téterel 2006).

Cette dynamique entre l'expression de soi via une performance médiatisée et l'engagement d'un public, également médiatisé, est complexe et se positionne comme l'un des fondements sociaux de ce type de contributions expressives, comme nous l'explicitons dans les pages suivantes. Pour le moment, nous souhaitons montrer l'importance du public dans les usages contributifs de nature expressiviste afin de mettre de côté l'analyse narcissique de ces usages. Pour se faire, l'observation des blogues et de leur pérennité est pertinente : les blogueurs « doivent faire montre de compétences pratiques, d'un savoir-faire technique et d'une intelligence relationnelle épousant les spécificités du dispositif énonciatif du blog » s'ils souhaitent susciter l'adhésion d'un public et poursuivre leur pratique (Cardon et Delaunay-Téterel 2006 : 6). En effet, pour Cardon et Delaunay-Téterel, le grand nombre de blogues laissés à l'abandon après une moyenne de trois mois de création est révélateur de la complexité du maintien de l'équilibre entre l'aspect relationnel du blogue et le caractère personnel et auto-centré de sa pratique. Ces chercheurs ont entre autres illustré comment un blogue sans commentateurs voyait sa durée de vie écourtée drastiquement et son auteur se détourner de sa pratique, alors que ceux qui réussissaient à conserver un certain public s'engageaient au contraire dans une plus longue période de publication (Cardon et Delaunay-Téterel 2006). Nos observations placent le podcasting dans la même logique : la pratique du podcasting s'effectue dans une tension entre énonciation de soi et engagement du public parce que bien que les acteurs affirment faire du podcasting d'abord pour leur plaisir, la présence d'un public est fondamentale dans leur activité.

Nous verrons d'abord en quoi consiste cette énonciation de soi dans un contexte de contribution en ligne, puis nous expliciterons comment les podcasters négocient entre celle-ci et l'ouverture vers le public.

5.1.1.1 Performance identitaire dans la pratique

Les usages contributifs d'Internet semblent attacher les contenus créés par les usagers à leur identité, dans une logique de performance de soi. Ce type de dynamique entre la production d'un individu et l'individu lui-même se rapproche de certaines analyses de la pratique de l'art amateur.

Une caractéristique essentielle de la dimension 'expressive' de la blogosphère est d'attacher de manière originale les personnes à leur production. En effet, dans le monde de l'autoproduction amateur, la séparation de la personne et de son œuvre constitue toujours une étape cruciale et difficile à négocier. Il faudra que la peinture, le roman, la musique, l'essai critique parviennent à exister indépendamment de leur auteur pour circuler et rencontrer un public. Cette séparation constitue même souvent une épreuve décisive pour isoler ce qui relève des productions 'professionnelles' des passions 'amateurs', l'amateurisme se caractérisant alors par la manière dont l'œuvre fait corps et s'attache par des liens multiples à l'identité de son producteur (Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000). Ce dernier mêle si fortement des traits identitaires à l'objet de sa passion que celui-ci ne cesse de témoigner de singularités de sa personne dont il ne parvient pas à faire œuvre. (Cardon et Delauney-Téterel 2006 : 9-10).

La difficulté de la pratique du podcasting résiderait précisément dans cet interstice que les auteurs placent dans une opposition entre amateurisme et expertise. Par sa valorisation de l'authenticité et de la personnalisation, le podcasting s'apparente aux amateurs dont les toiles et autres écrits se détachent difficilement de leurs auteurs. Pour être authentique, transparent et personnel, le podcaster prend une posture qui minimise la distance entre son podcast et lui. Or, pour espérer susciter l'adhésion du public, il doit joindre à cet aspect un détachement suffisant par rapport au contenu qui lui permette un certain recul critique et qui offre, dans un même souffle, l'opportunité à des auditeurs de s'y insérer et d'y trouver une résonance par rapport à leur expérience.

Ce levier permettant de détacher suffisamment le podcast de son auteur se développe suivant la nécessité de rejoindre un public et de susciter son adhésion. En effet, les podcasters interrogés posent la présence de leur public comme primordiale et considèrent les commentaires et leur gestion comme un élément incontournable de leur pratique, tout en affirmant faire du podcasting d'abord et avant tout pour leur plaisir personnel. Ces affirmations, en apparence dichotomiques, illustrent la négociation constante entre la réalisation de soi à travers une performance médiatisée, donc visible, diffusée et appelant une certaine reconnaissance, et l'ouverture vers le public à laquelle les podcasters font face et à travers laquelle ils tissent une relation avec leurs auditeurs.

Par exemple, dans l'extrait qui suit, le podcaster explique qu'au départ, il faisait son podcast en se basant sur ses listes d'écoute personnelles, qu'il écoutait dans sa voiture en se rendant au travail. Or, au fur et à mesure de sa pratique, il a ressenti le besoin de modifier le format de son podcast afin de palier à un manque, soit celui de rejoindre plus de gens et d'engager une relation avec eux.

[...] avec la nouvelle formule [de mon podcast] justement, j'ai plus de conversations que de simplement des playlists. Je trouve pas que ça fait tellement podcast de mettre juste de la musique, il manque de quoi. [...] Je me suis rendu compte que le podcast c'était plus que... que... Tsé t'a besoin d'interagir avec ton public je pense! (Laurent LaSalle, podcaster depuis août 2006, Mes Paroles s'envolent, entretien du 1^{er} décembre 2008).

5.1.1.2 Entre soi et le public : négociation et stratégies d'adhésion

Cette négociation constante entre l'énonciation de soi et l'ouverture vers le public est d'autant plus délicate que le public du podcasting est asymétrique. Nous le qualifions ainsi en ce sens qu'il semble à la fois constitué de parfaits inconnus qui ne se manifesteront jamais et de commentateurs plus ou moins assidus avec qui le podcaster développera une relation qui pourra même, dans certains cas, se prolonger par des rencontres en personne. Cette asymétrie confère au public d'un podcast un contour flou : aux quelques auditeurs connus et fidèles s'oppose une masse informe d'auditeurs anonymes. À ce sujet, nous faisons un parallèle entre le public d'un podcast et celui que constituent les usagers des plateformes sociales comme Facebook ou Twitter.

L'une des particularités des modes d'expressions médiatisés comme le blogue, le podcast et les plateformes sociales réside dans un manque de contexte que l'on peut associer à la convergence dans le Web participatif (Boyd 2008). Dans les plateformes contributives, les repères communs comme le temps, le lieu et les personnes présentes sont abolis ; n'importe quel usager peut écouter un podcast dès sa diffusion ou quelques années plus tard, n'importe où et en présence de n'importe qui. Cela pose un certain défi par la convergence des différentes sphères sociales – professionnelles, familiales, intimes, etc. – où les usagers auteurs se déploient habituellement en vase clos. Pour évoquer de nouveau Goffman, les

rôles sociaux que les acteurs tiennent habituellement séparément convergent en un seul où doivent être respectées toutes les « façades » mises en place préalablement (1973). La façade sociale d'un individu englobe ici l'ensemble des signes distinctifs mis en place pour le supporter dans des fonctions spécifiques : une gestuelle, un uniforme, une attitude ou encore un lexique spécifique sont autant d'éléments qui peuvent constituer une façade (Goffman 1973 : 30).

L'aplanissement du contexte d'écoute et la convergence des publics confèrent aux usages contributifs un caractère particulièrement périlleux dans l'établissement d'une relation avec les auditeurs. Pour pallier à ces difficultés, les podcasters semblent avoir développé certaines stratégies, dont la première est basée d'abord sur l'authenticité. Nous avons présenté au chapitre précédent comment l'authenticité teinte la pratique du podcasting. Ici, l'authenticité permet à l'acteur de rapprocher ses rôles sociaux les uns des autres, d'en brouiller les frontières afin de minimiser les incohérences entre ses diverses façades personnelles.

Une autre stratégie concerne la communication avec le public. D'abord, afin d'augmenter le bassin d'auditeurs et leurs chances d'obtenir du feedback, les podcasters mettent en place un système d'auto-référencement que nous avons décrit plus tôt. Ce système permet aux podcasters de diffuser leurs contenus à un auditoire aussi vaste que possible. Ensuite, les podcasters misent sur l'adhésion des auditeurs joints en mobilisant leurs compétences communicationnelles. Par exemple, Julien Smith explique qu'il choisit ses sujets à partir de « petits riens » de la vie quotidienne, mais que le traitement de ces sujets leur confère un angle intéressant dans une dynamique communicationnelle : « On prend un sujet ordinaire, mais ça devient quelque chose de plus dont on va en discuter » (entretien du 7 janvier 2009). En tournant ses anecdotes vers des enjeux plus généraux afin de susciter la discussion, cet acteur s'applique à renforcer l'adhésion du public à l'écoute. Ainsi, les podcasters semblent avoir constamment en tête une discussion virtuelle en différé avec leur auditoire, dont une fraction manifeste effectivement ses réponses par des commentaires. Cela s'inscrit dans le prolongement de la forme conversationnelle que nous avons identifiée dans les postures d'adresse et de sollicitation.

Suivant la même logique, le traitement des commentaires revêt un caractère particulièrement important pour les podcasters. Tous les acteurs rencontrés affirmaient prendre le temps de lire et, le cas échéant, de répondre aux gens qui commentent leur podcast. Cette attention portée aux commentaires renforce les liens avec la portion connue de l'auditoire. L'échange qui en découle permet de renforcer l'engagement de l'auditeur envers le podcaster, et du podcaster envers cet auditeur et son public en général par le caractère public des commentaires déposés sur son site.

5.1.2 Communauté des podcasters et réciprocité des pratiques

En parallèle à la relation entre le podcaster et son public se développe un autre type de relation, soit celle avec les autres podcasters. Il semble en effet qu'une frange du public d'un podcast soit constituée de la communauté des podcasters.

La notion de communauté était traditionnellement fondée sur l'idée de relations en face à face et de liens de dépendances mutuelles ancrées dans une vie quotidienne (Tönnies 1992 orig. 1887). Depuis plusieurs années, le concept de communauté est sujet à débats lorsque placé dans le contexte d'Internet, notamment par le caractère virtuel qu'il revêtirait (Proulx et Latzko-Toth : 2001). Nous ne procéderons pas ici à l'examen du concept de communauté, mais souhaitons présenter comment ce terme semble approprié pour décrire les liens que nous avons observés entre les podcasters.

5.1.2.1 La forme communauté chez les podcasters indépendants

Le lien dans la communauté des podcasters, comme c'est le cas de plusieurs groupes en ligne, commence par un partage d'intérêts. Le fait de créer ou d'écouter des podcasts constitue déjà une sorte de filtrage par affinités : seule la frange d'internautes la plus « experte » ou la plus intéressée fouillera les agrégateurs de podcasts, effectuera une recherche iTunes, s'abonnera au fil RSS et écoutera les podcasts emmagasinés dans son iPod.

Nous croyons toutefois que les interactions entre podcasters sont plus engageantes que celle d'un strict collectif d'affinités.

Chez les podcasters rencontrés, la forme sociale en place traduit une implication réciproque dépassant la forme de l'« agrégat » en ligne que l'on associe parfois aux groupements d'intérêts qui prennent forme sur le Web. Certes, la plupart des échanges entre les podcasters se fait de manière asynchrone, via leurs blogues et podcasts. Cependant, le système de citation, les traces laissées par les commentaires et les entretiens avec les podcasters témoignent de la présence de liens plus engageant entre eux. Par exemple, les podcasters de Montréal ont mis en place des événements permettant les rencontres en face à face. Ces événements permettent de poursuivre les échanges amorcés en ligne dans une ambiance décontractée, puisqu'il s'agit le plus souvent de soirées organisées dans un bar, comme Yulblog et PodMTL, qui ont lieu respectivement sur une base mensuelle et semestrielle. La pérennité de tels événements, où se présentent souvent le même noyau dur d'une vingtaine de personnes et auquel se greffent des satellites, suppose la présence de liens engageants, suffisamment forts pour qu'une relation généralement amorcée en ligne ne se transpose hors-ligne et ait une certaine durabilité. Le fait que les podcasters aient eux-mêmes mis sur pied ces événements spécifiquement pour se rencontrer illustre un sentiment commun d'adhésion à un groupe social partageant une pratique spécifique.

On peut saisir la force de ses liens lorsqu'on porte une attention accrue au mode de citation : la blogoliste des sites des podcasters est truffée de collègues podcasters, parfois identifiés comme tels par un signe distinctif comme une note de musique afin de les différencier des sites qui sont uniquement des blogues. Dans les cinq sites que nous avons analysés, quatre présentaient une blogoliste ; de ces quatre, chacune proposait plusieurs podcasters identifiés soit par leurs prénoms, soit par le titre de leur podcast. Dans un cas comme dans l'autre, l'information était partielle, supposant le partage de références communes, un historique d'écoute et une certaine réciprocité des pratiques.

5.1.2.2 De la réciprocité au mentorat

La réciprocité des pratiques est un aspect qui semble démarquer le podcasting indépendant, comme le blogue, d'autres formes de contributions en ligne : selon Richard Berry, peu de médias, de plateformes ou de dispositifs peuvent revendiquer une aussi grande permutableté des rôles de « consommateurs et de producteurs de contenus » (2006 : 146 et 152). De fait, tous les acteurs observés affirmaient écouter des podcasts.

Nous avons peu de pistes pour expliquer la réciprocité observée chez les acteurs, qui écoutent et font des podcasts. Les frictions entraînées par le haut niveau de compétences techniques mobilisées pour faire usage du podcasting sont un facteur qui agit pourtant à titre de frein dans cette réciprocité : l'auditeur enthousiaste ne passera pas nécessairement du côté des podcasters, notamment parce que pour se faire, il devrait se procurer un ordinateur performant et un micro, apprendre à s'enregistrer et à faire du mixage et du montage sonore. Cependant, cet effet de « filtre » pourrait agir à l'inverse et être une piste d'explication pour la réciprocité. Il serait plausible de penser que le fait d'écouter des podcasts implique surtout des personnes ayant un certain niveau d'expertise d'Internet, ce qui réduit le nombre d'auditeurs à des personnes déjà fortement compétentes et suffisamment passionnées par la musique pour faire leur propre podcast.

D'ailleurs, la communauté semble avoir développé une tradition d'aide et de conseils apparentée au mentorat, visant justement à pallier aux défis que les compétences techniques et communicationnelles présentent pour les novices. Nous avons nous-mêmes reçu de nombreuses offres d'accompagnement advenant un éventuel désir de démarrer un podcast. Certains des sites de podcasters sont de véritables mines d'informations, de trucs et de conseils pour le débutant. Certains acteurs rencontrés nous ont expliqué comment tel podcaster les avait aidés au début de leur pratique ou comment telle clinique donnée par un acteur établi sur le choix d'un microphone avait été utile pour eux. Cette propension au mentorat va de pair avec la transparence et le souci de documentation dans la pratique du podcasting, tels que décrits au chapitre IV. La thématique du podcasting et les aspects concrets de sa pratique figurent d'ailleurs de manière récurrente dans les sujets abordés dans les sites de podcasters.

Le mentorat dans la communauté rejoint également la question de l'expertise de cet usage contributif associé à l'amateurisme. Comme nous l'avions présenté au chapitre précédent, les podcasters établis et reconnus gagnent en capital de reconnaissance en faisant valoir leur compétence auprès des podcasters moins aguerris.

5.1.3 Reconnaissance dans la communauté et identité collective

La force des liens dans la communauté des podcasters est également tributaire de la logique de performance identitaire dans la production de contenus. Le jeu de citations et de commentaires, auquel se juxtapose la réciprocité des pratiques, permet de poser que dans la pratique du podcasting la singularisation identitaire de chacun appartient aussi à tous. En effet, l'identité exprimée via le podcast et le site personnel est validée par les auditeurs / commentateurs, qui, en s'exprimant, contribuent à leur tour à forger l'identité exprimée (Allard 2007). Suivant la lecture du modèle expressiviste, la quête de reconnaissance, directement liée à la valeur de l'identité performée en ligne, devient ainsi un catalyseur dans l'entretien des liens au sein de la communauté : en confirmant l'identité d'un autre acteur, un podcaster se reconfirme la sienne et contribue à former l'identité collective. L'expressivisme du podcasting indépendant est ainsi indissociable de la reconnaissance (Taylor 1998) : pour déplier leur identité dans leurs créations et se confirmer leur individualité, les podcasters ont besoin de la confirmation de leur valeur sociale par autrui.

Par ces interactions renouvelées, les podcasters nourrissent une identité collective et partagent une vision du monde et de leurs expériences. Ici, l'expression dépasse la simple diffusion d'une opinion et revêt un caractère collectif fort, à comprendre comme une « forme (technique, politique, sociale, artistique, etc.) constituant la réalité sociale des sujets et leur rapport au monde » (Blondeau 2007 : 19). Cela évoque les rouages constitutifs des groupes sous-culturels qui performent un style cristallisant la signification de leurs expériences sociales et matérielles (Clarke et al. 1976). En orientant maintenant le regard sur le style du podcasting indépendant, nous souhaitons dégager des pistes du sens que prend justement cette expression d'un rapport au monde.

5.2 Spécificités stylistiques du podcasting indépendant

Le podcasting indépendant semble posséder des traits sous-culturels spécifiques, témoignant d'un rapport au monde particulier. Nous avons jusqu'ici fait état d'éléments spécifiques qui pourraient constituer un répertoire stylistique de cette forme d'usage contributif.

Nous présenterons dans cette section des traits stylistiques forts qui nous informent quant au style, et éventuellement au sens, du podcasting indépendant. Si le caractère situé de notre recherche ressort dans certains de ces aspects, notamment au niveau des exemples langagiers, la plupart de ces caractéristiques s'articulent à des tendances plus larges que nous avons identifiées au chapitre I, par exemple lorsqu'il est question de mode de vie et de génération sans fil.

5.2.1 Une grammaire propre

Comme certains l'ont tenté pour le blogue (Cardon et Delaunay-Téterel 2006), il est possible d'esquisser les contours d'une grammaire propre au podcasting indépendant. Certains traits présentés au chapitre IV contribuent à cette grammaire, notamment les mécanismes de transparence et les postures d'adresse et de sollicitation que nous avons décrits au moment d'explicitier les compétences communicationnelles. Nous ne reprendrons pas ici ces éléments, notamment par souci de concision, et avons plutôt ciblé des traits marquants de cette grammaire qui n'ont pas été explicités jusqu'à maintenant. Cette sélection ne se veut pas réductrice, mais vise plutôt à présenter les éléments les plus pertinents en regard de notre réflexion sur le sens du style du podcasting.

5.2.1.1 Régime de la familiarité

Dans la lignée de la personnalisation des contenus et de la valeur d'authenticité qui tissent la trame d'un style du podcasting, nous distinguons la mobilisation par les acteurs d'un régime de la familiarité.

L'une des premières manifestations de ce régime vient de la forme nominative et de l'usage du « je » par les podcasters. Les podcasters analysés parlent toujours en leur nom et affichent leur subjectivité en ponctuant leurs discours de phrases comme « moi, je trouve que », « il me semble que » et autres formules introduisant un propos apparenté à l'opinion. Dans la même veine, la familiarité s'installe dans la position de connivence souvent adoptée à l'endroit des auditeurs : par exemple, on s'adresse aux auditeurs en sous-entendant une fidélité dans leurs antécédents d'écoute ou en prenant pour acquis qu'ils possèdent déjà une connaissance de l'univers du podcaster. Par exemple, dans cet extrait d'un de ses podcasts, Laurent LaSalle parle d'une soirée-causerie sur le thème des médias citoyens à laquelle il a assisté et mentionne : « tous les *usual suspects* étaient là » (*Mes paroles s'envolent*, épisode #89, 25 mai 2009) afin de présenter les personnes présentes. Cette manière sommaire de présenter les choses implique la mobilisation d'un bagage de référents communs au podcaster et à ses auditeurs : ceux-ci sauront que les personnes qu'il nomme habituellement lorsqu'il fréquente de tels événements étaient présents.

La familiarité est également palpable dans le système de citation que nous avons présenté au chapitre IV. Le plus souvent, les acteurs citent leurs pairs par leurs prénoms. Cette pratique est également présente dans les blogues et fait état d'un bagage partagé avec les auditeurs fidèles qui sauront que le « Laurent » cité dans les *Vagues divagations* est celui qui est à la barre du podcast *Mes paroles s'envolent*. Cette logique de citation par le prénom est même employée pour traiter les commentateurs et la plupart des podcasters utilisent également le prénom ou le surnom d'un pair lorsqu'ils le citent dans leur blogliste.

Dans le prolongement de ce régime de la familiarité, les podcasters démontrent un certain souci à « planter le décor » dans lequel ils évoluent. Ils vont régulièrement glisser des informations sur leur environnement immédiat. Par exemple, on retrouve régulièrement dans les podcasts des références géographiques ou culturelles, dans les cas étudiés ces références

étaient le plus souvent montréalaises. Ainsi, les podcasters parlent du Café Lézard sur la rue Masson, des tam-tams du Mont-Royal ou de la boutique de musique alternative Atom Heart. Le plus souvent, ces podcasters assument que les auditeurs savent dans quelle ville ils se trouvent et qu'ils la connaissent. La mention de ces références géo-culturelles est généralement anecdotique et s'accompagne rarement d'un complément d'information à l'endroit d'un étranger qui n'aurait aucune connaissance de la ville.

5.2.1.2 Détournement du lexique radiophonique

Nous avons également observé dans les discours des acteurs ainsi que dans leurs podcasts la présence d'un lexique traditionnellement associé à la radio, et aussi à la télévision. Par exemple, pour présenter leur podcast, certains acteurs parlent d'« émission », d'autres emploient le terme « épisode » ou encore « show ». Les podcasters emploient également les mots « podcast » et « balado », or l'association de leurs créations à des termes provenant des médias traditionnels de masse relève d'un détournement. En effet, une « émission », un « épisode » et un « show » renvoient précisément à l'appareillage symbolique de l'industrie culturelle, où les contenus sont associés à une case horaire fixe, attachés à une chaîne spécifique et imbriqués dans un schéma global de diffusion où ils sont cantonnés à un genre et un format. Ces termes sont donc associés à une diffusion sur une base temporelle fixe de contenus présentant une durée identique et présentant une forme stable.

Attribuer ce lexique au podcasting est une sorte de contre-emploi et un détournement : le podcasting indépendant est justement le lieu d'un éclatement des contraintes de diffusion liées à la grille horaire. Mentionnons cependant que le terme « épisode » évoque un contenu qui s'inscrit dans un ensemble ayant une certaine parenté. C'est probablement pourquoi les podcasters l'utilisent fréquemment au moment d'identifier le podcast en cours, comme l'illustre cet extrait qui ouvre un podcast : « Mets tes écouteurs avant que j'me mette à fredonner [*il fredonne le refrain d'une chanson*]. Vous écoutez *Mes paroles s'envolent*, épisode # 89. ». (Laurent LaSalle, *Mes paroles s'envolent*, épisode # 89, 25 mai 2009).

Or, l'adoption d'un autre lexique aurait pu survenir, « capsule » aurait pu être employé ou encore les podcasters auraient pu puiser dans un tout autre registre, comme celui des DJ en utilisant le mot « set ». Ce détournement subtil d'un lexique fortement connoté et associé aux médias traditionnels a une signification. Pour Hebdige, le détournement d'objets de leur contexte ou de leur usage habituel est une manière de donner une connotation nouvelle à ces objets, de les charger des tensions politiques et sociales vécues par un groupe social (2008 : 108-109).

Dans le cas du lexique des podcasters, le détournement est d'autant plus significatif que le podcasting est confondu avec la radio traditionnelle, comme nous l'avons exposé plus tôt, et que la grande majorité des podcasters rencontrés posent leur pratique comme étant différente de celle de la radio. Dans cette logique où une association erronée pour les acteurs brouille la définition de leur pratique, pourquoi contribuer à brouiller davantage les choses en singeant la radio? Plus encore, plusieurs des acteurs rencontrés affirmaient écouter peu ou pas du tout la radio traditionnelle, par manque d'enthousiasme face aux listes musicales répétitives et parce que la publicité les irrite. Ces podcasters rejoignent les jeunes usagers identifiés comme étant la « *iPod Generation* » dans leur abandon des ondes (OFCOM 2004). Dans un tel contexte, le détournement de ce lexique prend une épaisseur critique, voire ironique.

On pourrait voir dans ce détournement du lexique radiophonique une trace de ce que nous pourrions qualifier de « radio rêvée » pour les podcasters qui ont délaissé ce média, mais entretiennent forcément un intérêt pour ce type de contenu audio. Avec une certaine ironie, ceux-ci reprennent les termes emblématiques de la radio pour identifier ce qu'il souhaiterait qu'elle soit : musicalement riche, variée et près de leurs goûts, et animée par des personnes passionnées (OFCOM 2004 : 21). Avec ce détournement d'éléments forts du discours médiatique traditionnel, les podcasters signifient leur différence et laissent pointer leur caractère marginal, justement hors des normes des institutions culturelles.

5.2.2 Les objets emblématiques du répertoire stylistique

La grammaire et les détournements lexicaux du podcasting contribuent à ce que nous avons identifié comme étant un « répertoire stylistique ». Comme nous l'avons explicité au chapitre II, un répertoire d'un style implique les éléments vestimentaires, les thèmes de prédilections, les activités favorites et les lieux fréquentés, de même que tout objet qui est marqué d'une charge symbolique forte dans les habitudes d'un groupe social. À ce titre, il convient de porter le regard sur quelques objets emblématiques de la pratique du podcasting indépendant.

(a) *Le iPod* : Ça n'est pas le fruit du hasard si nous présentons cet objet en premier lieu. Déjà, on reconnaît une parenté entre le nom « podcasting » et le nom du baladeur numérique mobile d'Apple. Cette compagnie américaine s'est positionnée dès la fin des années 90 comme un producteur de produits informatiques performants et au design avant-gardiste. Si les premiers iMac, offerts dans des coques de couleurs bonbons, ont contribué à établir l'image branchée d'Apple, le lancement du iPod a quant à lui catalyser le côté cool de la firme tout en donnant aux futurs podcasters l'outil mobile qui allait symboliser leur pratique (Levy 2006).

Le iPod est un objet qui a été fortement marqué par l'usage qu'en ont fait les usagers de la première heure (*primary users*). Comme l'explique le documentaire *The iPod Revolution*, des gens du milieu artistique *underground*, des DJ, des designers de mode et de jeunes professionnels du Web ont été les premiers à porter les écouteurs blancs du iPod, ce qui a largement contribué à son aura cool et avant-gardiste (Discovery Channel 2006). À ce niveau, le design du iPod, avec ses écouteurs blancs, a joué le rôle d'ancrage visuel facilement repérable et a contribué à l'engouement entourant cet objet.

Le iPod est un objet communicationnel phare dans le répertoire du style du podcaster indépendant. Cet objet est mobilisé sous le mode de l'objet symbolique, tel que l'a théorisé Turkle (2007), comme nous l'avons explicité au chapitre II. Nous posons que le iPod est pour les podcasters un objet symbolique par son statut cognitif dans la pratique du podcasting, de même que par le caractère émotionnel qui revêt, notamment pour son design épuré. Au point de vue cognitif, le iPod agit à titre d'outil d'écoute mobile par excellence et

au moment de la phase préparatoire à l'enregistrement d'un podcast, il fait office de catalogue musical pour composer la feuille de route du podcast.

Mentionnons que le iPhone – le cousin de la téléphonie mobile du iPod qui intègre toutes les fonctionnalités de son précurseur – semble prendre le relais du iPod chez les plus « geeks » des acteurs du podcasting.

(b) *L'ordinateur* : Plus qu'un outil de travail et qu'un moyen de communication, l'ordinateur devient ici l'emblématique d'un mode de vie. Conjugué à l'usage du lecteur mobile ou du téléphone multifonctionnel, l'ordinateur – portable et de marque Apple dans la plupart des cas – est au centre des activités quotidiennes du podcaster. L'ordinateur est à la fois console d'enregistrement, égalisateur, compresseur, mixeur, table de montage, bibliothèque musicale, outil de compression des fichiers audio et base à partir de laquelle s'opère la diffusion. L'ordinateur est également le « lieu » où le site du podcaster prend forme, où le blogue se crée et où les commentaires des auditeurs sont traités. Cela positionne l'ordinateur comme l'ancrage essentiel de base de l'usage du podcasting.

À ce niveau, l'aspect portable de l'ordinateur est un facteur non-négligeable. En effet, la majorité des acteurs rencontrés utilisaient un ordinateur portable. Or, la mobilité est un élément clé du podcasting et l'outil principal où le podcasting se façonne révèle une part de cette valeur primordiale. Cela connecte avec les éléments caractéristiques du style de vie de la génération sans fil telle que nous l'avons présentée au chapitre I : nomades dans leur consommation médiatique et dans leur style de vie, les podcasters semblent également tendre vers des outils de travail mobiles.

(c) *Le site* : Le site Web du podcaster constitue un espace en ligne personnalisé où converge ses présences en ligne, comme en témoigne notamment le phénomène d'auto-référencement explicité plus tôt. Le site est un objet communicationnel complexe et abstrait par son statut virtuel. Il remplit néanmoins des fonctions essentielles, par exemple en agissant comme une vitrine pour le podcaster. Ce dernier y positionne les éléments qu'il souhaite valoriser, discuter ou tester et l'aménage selon l'évolution de ses besoins.

De par son rôle de vitrine, les podcasters sont très sensibles au design de leur site. Celui-ci est généralement l'objet d'un grand soin et lorsqu'un site est réaménagé le design est généralement la caractéristique qui évolue de la manière la plus marquée.

5.2.3 Du DJing au rôle identitaire de la musique

La pratique du podcasting est indéniablement marquée par le DJing. Si le podcasting indépendant s'apparente par certaines de ses facettes à la radio traditionnelle et à la radio communautaire (Berry 2006), comme nous l'avons mentionné au chapitre I, le DJing semble être l'autre influence majeure de cette pratique.

5.2.3.1 La pratique du DJing

Les DJ ont un statut qui s'apparente à celui d'une « catégorie spécifique de musiciens » dans le milieu de la musique électronique (Jouvenet 2001 : 2). Au-delà du simple fait de passer des disques, le DJ crée des atmosphères musicales, le plus souvent dansantes, en alignant, en filtrant et en remixant des pièces musicales présentées dans un enchaînement ininterrompu (*Ibid.*). C'est ce travail de bricoleur de la musique, rendu possible par des outils d'échantillonnage et de manipulation sonore sophistiqués qui donnent au DJ ce statut au croisement du musicien, de l'artiste et du performeur. Un DJ enchaînera donc « aux platines » des pièces organisées en listes musicales, communément appelées *playlists*, en suivant un « scénario émotionnel et musical » préétabli et ouvert à l'improvisation selon les réactions du public (Jouvenet 2001 : 3).

Force est de constater que le podcasting indépendant fait la part belle à la musique. Il se dégage tout de même de notre corpus que la diffusion de la musique, et spécialement la musique émergente et alternative, est au cœur de la pratique de plusieurs podcasters. Comme nous l'avons explicité plus tôt, la musique tient principalement deux rôles selon le type de podcast : dans les podcasts plutôt musicaux, elle a un rôle structurant et dicte en quelque sorte le déroulement du podcast ; alors que dans les podcasts où la parole est plus importante, elle

assume un rôle de pont ou d'intermède entre les séquences parlées. Or, dans les deux types de podcasts, la musique est traitée avec respect : systématiquement, les podcasters donnent le nom de l'artiste, le titre de la pièce et la grande majorité du temps ils accompagnent ces éléments d'informations complémentaires. Ces informations sont généralement plus complètes dans le cas des podcasts musicaux où les podcasters prennent généralement soin de mentionner l'album d'où provient la pièce, son année de parution et l'étiquette de la maison de disque. Mentionnons également que le podcaster ajoute fréquemment ses commentaires et appréciations personnelles.

Chez les podcasters, nous retrouvons donc une connexion avec le DJing de par l'importance de la musique, la création de *playlists* et le traitement sonore. En effet, les podcasts que nous avons analysés utilisaient tous des procédés de montage de « surimpression » (*overlap*) afin d'enchaîner les pièces musicales et la parole du podcaster sans interruption et de manière fluide. Nous y voyons un souci de continuité et un parallèle avec les scénarios musicaux des DJ, qui deviennent les feuilles de route chez les podcasters.

5.2.3.2 Genres musicaux et sous-cultures

Il est pertinent de revenir sur le genre des musiques qui semblent préconisées par les podcasters, soit des musiques généralement méconnues, émergentes ou alternatives, en marge des pièces populaires dites « commerciales ». À ce propos, il convient de nuancer : le podcasting étant le lieu de la singularité et du sur mesure, il est possible de trouver sur Internet des podcasts dédiés à pratiquement tous les styles musicaux. Nous avons cependant observé que malgré la grande liberté de création des podcasters, les podcasts « généralistes », qui offriraient de la musique de plusieurs genres différents, sont extrêmement rares. De la même manière que les DJ se créent une niche, développant leur propre signature sonore (Jouvenet 2001 : 3), les podcasters semblent établir leur pratique dans un créneau musical spécifique, calqué sur leurs goûts personnels.

Dans les travaux sur les sous-cultures et le style, la musique tient un rôle identitaire fort, spécialement chez les jeunes (Hebdige 2008 ; Laing 1985 ; Becker 1963). De plus, les

pratiques marginales, incomprises dans la société ou délaissées par la culture dominante, sont centrales dans la formation du lien social dans une dynamique sous-culturelle (Becker 1963). Par exemple, les personnes qui aiment l'électro (*electronica*, musique à sonorité électronique souvent épurée ou minimaliste) chercheront des personnes pour qui l'écoute cette musique a un sens afin de partager leur expérience. Le fait que les podcasters analysés aient largement diffusé des pièces méconnues, souvent tirées des répertoires électro, électro-rock, rock-alternatif ou folk-alternatif, composées par des groupes émergents ou aux origines internationales (par exemple d'Europe centrale, d'Europe de l'Est, et d'Asie) est probablement un facteur important dans la nature du lien identitaire entre les podcasters et dans la signification de leur style.

5.3 Le style du podcasting indépendant

Bien que dans sa conception du style, Hebdige insiste sur l'importance des objets détournés, un style existe au-delà de ses traces matérielles. Ainsi, au même titre que le style punk ne se réduisait pas aux épingles et aux chaînettes de baignoire, le style du podcasting indépendant englobe et dépasse son répertoire. Cependant, un regard attentif aux détournements d'un style permet d'en saisir le fil rouge, le lien qui court à travers la trame de leurs revendications et qu'il est possible de rattacher au contexte culturel dominant.

5.3.1 Les détournements du podcasting : un « crime » et son sens

Un style performe les représentations d'un groupe d'individus et constitue un « crime » contre la norme (Hebdige 2008). Pour Hebdige, le crime réside symboliquement dans les détournements des objets quotidiens que les individus chargent, par leur usage, d'une signification nouvelle, choquante, étrange ou simplement incompréhensible pour les autres (2008).

Dans le cas du podcasting indépendant, nous avons présenté que le cas le plus significatif de détournement concerne le lexique radiophonique. Ce détournement n'est pas sans signification et nous avons mentionné qu'il revêtait une certaine ironie liée à une critique de la radio traditionnelle, de ses listes musicales répétitives et de ses publicités. Cette piste nous mène à penser le style du podcasting comme l'affirmation d'un mode alternatif de relation aux médias, de leur production et de leur consommation, qui s'inscrit *a contrario* du modèle traditionnel. Plus encore, ce détournement lexical ouvre sur la nature même de la pratique du podcasting.

Lorsqu'il est question de podcasting indépendant, il nous apparaît que le sens réside dans le détournement inhérent à la pratique comme telle : le fait de bricoler une « émission de radio » sur mesure, à partir d'un ordinateur personnel, d'un micro et de sa musique préférée constitue en soi un détournement significatif, une dissidence à l'endroit des médias traditionnels. Plus précisément, le podcasting indépendant est un acte de distinction symbolique à l'endroit de la radiodiffusion institutionnalisée.

Le podcaster, en devenant concepteur, producteur et diffuseur de contenu audio original, affirme son identité et envoie un signal de dissidence au système médiatique et à la culture dominante signifiant qu'il préfère écouter ses propres contenus et ceux de ses pairs. En cela, le podcasting indépendant tel que nous l'avons analysé recoupe les résultats de l'enquête « *iPod Generation* » publiée par l'OFCOM britannique (2004). Ce rapport présentait le podcasting comme étant une source de contenus médiatiques privilégiée pour les 18 – 30 ans, pour qui la radio commerciale reste inintéressante musicalement, impertinente par sa publicité et ne correspond pas à leurs goûts (OFCOM 2004 : 21).

Les entretiens que nous avons menés nous ont permis de vérifier que les podcasters sont le plus souvent réfractaires à la radio, surtout si celle-ci est de type commercial. Par exemple, certains podcasters affirment n'écouter la radio que s'ils y sont contraints. « Si j'ai vraiment pas le choix, je vais écouter CISM. » (Alexis Rodrigue-Lafleur, 10 décembre 2008). Rappelons que la radio alternative CISM est vouée à la musique émergente et est dirigée par des étudiants. Les radios de la Société Radio-Canada ont également été mentionnées, principalement pour leur programmation exempte de publicités.

Cette interprétation du sens du style du podcasting est à mettre en perspective avec les postulats de Bruns (2008) et de Sterne *et al.* (2008). Bruns pose que l'usage contributif sur Internet représente une voie alternative de production de contenus médiatiques : « [...] *the environments of what we describe as produsage now often offer credible alternatives to and sustained competition for established industries and their products.* » (2008 : 4). Pour ce chercheur, ces usages constituent un système qui gagne en crédibilité, qui s'affine par le travail de la communauté et qui s'érige en une éventuelle compétition pour les médias traditionnels. Nous nuancions ces propos en soulignant que les usages contributifs sont, souvent noyés dans une prolifération de « *spams* » : des contenus publicitaires et pornographiques, ou encore des productions de qualité médiocre témoignant d'une intégration de compétences techniques et communicationnelles nécessaires pour que les usages contributifs ne gagnent une réelle pertinence pour le public en général.

Cette nuance rejoint les constats de Sterne *et al.*, où le podcasting contribue à concrétiser la mise en place d'un modèle alternatif de production, sans toutefois parler de l'élaboration d'une réelle compétition pour le modèle traditionnel : « *While podcasting is neither a complete break from broadcasting nor part of any kind of revolution, it is the realization of an alternate cultural model of broadcasting.* » (2008 : 2). C'est effectivement dans la mise en place de cette voie alternative que le style du podcasting indépendant se charge de son sens.

Nous proposons d'achever notre réflexion quant au sens du style du podcasting en reprenant les éléments d'analyse que nous avons explicités. Cela permettra de remettre chacun de ces éléments en relation les uns par rapport aux autres à l'aune du sens stylistique présenté. Nous approfondirons l'ancrage sous-culturel, puis reviendrons au caractère identitaire collectif du podcasting.

5.3.2 Une pratique sous-culturelle et le sens de son style

Les groupes sociaux à caractère sous-culturel se créent par l'adhésion partagée à des pratiques déviantes ou marginales. Comme l'explique Becker :

The homosexual feels his kind of sex life is proper, but others do not. [...] Where people who engage in deviant activities have the opportunity to interact with one another they are likely to develop a culture built around the problems arising out of the differences between their definition of what they do and the definition held by other member of the society. (Becker 1963 : 439)

Bien que l'usage du podcasting ne soit pas « déviant » au sens où l'entendaient les chercheurs des premières heures des *cultural studies*, elle est certainement marginale, peu répandue et peu connue à l'échelle de la société en général. En ce sens, l'usage du podcasting indépendant et sa définition pour les acteurs constituent une différence, un « problème » au sens de Becker et une « dissidence » pour Hebdige, à partir de laquelle se construit un répertoire sous-culturel tributaire de la signification qu'ils accordent à leur activité. Le rôle de la musique et l'aspect avant-gardiste et cool du podcasting contribuent à le positionner comme représentatif d'un mode de vie alternatif (Frank 1998). Si on joint à cela le levier de l'expressivisme en ligne et de sa performance identitaire, nous pouvons stipuler que le podcasting indépendant possède les ressorts sociaux d'une sous-culture.

Les podcasters partagent un mode de vie en cohérence avec celui de la génération sans fil pour qui Internet s'intègre aux usages quotidiens (Berry 2006, OFCOM 2004, Préel 2000). Par leur habileté à s'appropriier les contenus et les technologies, à les remixer et à concevoir leur rôle de manière participative, ces jeunes usagers mettent en place une culture participative (Jenkins 2006, Bruns 2008). Les podcasters semblent représenter une sous-culture propre, fondée sur une pratique spécifique de même que sur une négociation entre la performance de soi et l'adhésion du public, au sein de cette culture participative. Nos observations ne nous permettent pas de préciser le rapport entre la sous-culture du podcasting et la culture participative en général. Or, le sens de son style qui s'inscrit en réaction à la culture institutionnelle médiatique nous permet de poser que le podcasting s'inscrit probablement dans la continuité d'un ensemble culturel plus englobant qui, sans être en

marge de la culture participative, s'en distinguerait tout en trouvant résonance auprès des autres usages contributifs ayant un ressort expressiviste conjugué à l'adhésion du public. En ce sens, les similitudes que nous avons parfois observées entre les podcasters et les blogueurs incarneraient des traits caractéristiques de cet ensemble sous-culturel plus englobant.

Il demeure cependant que les podcasters tels que nous les avons observés démontrent un attachement identitaire fort par rapport à leur communauté. Cela est à lier avec la complexité des compétences à mobiliser pour pratiquer le podcasting indépendant. En démontrant une certaine expertise au sein des usages contributifs généralement associés aux amateurs par leur caractère « fait maison », les podcasters constituent une communauté marquée par l'importance de la reconnaissance entre les pairs. En performant leur identité dans une démarche authentique et qu'ils reconnaissent entre eux, les podcasters indépendants créent un style qui leur permet de « communiquer leur différence » et d'« exprimer leur identité collective » (Hebdige 2008 : 108).

CONCLUSION

Cette recherche a été menée suite à notre curiosité par rapport aux podcasters, ces bricoleurs qui créent leurs propres contenus audios, apparentés à des émissions de radio, pour les diffuser sur Internet.

Avant de revenir sur notre démarche et de synthétiser nos résultats, nous aimerions spécifier que notre recherche comporte des limites, notamment la taille de son échantillon et son caractère situé. Le cas des podcasters montréalais a cependant permis une certaine montée en généralité soutenue par la recherche documentaire présentée au premier chapitre. Pour minimiser les limites méthodologiques de notre démarche, nous avons effectué de constants aller-retour auprès des acteurs afin de valider par le terrain chacune des étapes de notre cheminement. Il est d'ailleurs convenu que les fruits de ce travail de recherche feront l'objet d'une présentation lors d'un événement organisé par les podcasters. Mentionnons également que la fréquentation assidue du terrain pendant trois ans et l'écoute de podcasts de tout acabit depuis plus longtemps encore nous a permis d'articuler nos observations au plus près des acteurs.

C'est donc grâce un travail de fond avec les podcasters qu'a pris forme notre recherche, consacrée au podcasting indépendant, à ses caractéristiques spécifiques, à son style et au sens de ce dernier. Ainsi, dans le premier chapitre de ce mémoire, nous avons présenté la lecture que les (rares) travaux en sciences sociales faisaient du podcasting. Une synthèse de ces travaux, menée en parallèle à une recherche documentaire quant au mode de vie et aux valeurs de la jeune génération d'utilisateurs d'Internet, nous a permis de cerner des incohérences par rapport à la vision que les podcasters semblaient avoir de leur propre pratique et celle que proposaient les chercheurs. C'est de ce constat qu'est née notre problématique de recherche ciblant le caractère spécifique du podcasting indépendant. Le chapitre I s'est clos sur l'énonciation de notre double question de recherche : *Dans le*

contexte des usages contributifs, quelles sont les caractéristiques spécifiques du podcasting indépendant et quel est le sens de son style ?

Afin de répondre à cette question, nous avons mobilisé un cadre théorique où quatre approches ont été utilisées. Le chapitre II a été consacré à l'exposition de ces éléments théoriques. Nous avons d'abord présenté les concepts et la posture de la sociologie des usages ; les catégories de l'usage, de l'usage contributif et de l'appropriation ont notamment été explicitées. Nous sommes ensuite passés aux *cultural studies*, dont deux déclinaisons distinctes ont été déployées. En premier lieu, l'hypothèse d'une culture de la convergence issue des *media studies* a été présentée, offrant un cadrage général au contexte des productions médiatiques et des contributions en ligne, ainsi que la notion particulièrement pertinente de culture participative. Dans un second lieu, l'approche des sous-cultures et du sens du style développée dans les travaux anglais sur les cultures juvéniles a été présentée. De cette déclinaison de la première heure des *cultural studies*, nous avons principalement retenu les concepts de culture, de sous-culture et de style. Nous avons complété ces trois approches par le modèle de l'expressivisme développé récemment dans des travaux français. Ce modèle nous a permis d'étayer nos réflexions quant à la dimension expressive et individuelle des contributions en ligne, tout en les replaçant dans leur dynamique identitaire.

Le chapitre III a fait état de notre posture épistémologique et méthodologique. Nous avons adopté une démarche propre à la *grounded theory* et l'avons jointe à une observation participante par une fréquentation transparente du terrain sur une période de trois ans. De manière minutieuse, nous avons explicité les quatre volets de notre stratégie méthodologique qui se sont étalés sur presque toute la durée de la recherche. Le premier volet a consisté en une phase exploratoire qui nous a permis de cerner des frictions ayant mené à la légitimation de notre problématique de recherche. Le deuxième volet a été consacré à la conduite d'une série d'entretiens semi-dirigés avec des podcasters indépendants. Le troisième volet a abordé le terrain d'un autre angle, soit celui des interfaces, par une analyse des sites Web de cinq podcasters. Le quatrième volet méthodologique a permis de compléter la cueillette de données en examinant les podcasts comme tels : neuf podcasts ont été analysés, soit trois productions parmi celles de trois podcasters sélectionnés.

Le chapitre IV de notre mémoire a été consacré à répondre au premier pan de notre question principale de recherche, qui s'intéressait au caractère propre du podcasting. Bien que les éléments des chapitres IV et V ne soient pas étanches, la question du style a plutôt été traitée au moment du cinquième chapitre. Dans le chapitre IV, nous avons d'abord présenté la définition du podcasting indépendant tel que vu par les acteurs. Il s'est dégagé de cet exercice que pour les acteurs, la définition de leur pratique est sujette à discussion, mais que deux principaux traits semblaient plus consensuels : d'abord la nécessité d'une distinction entre la nature de la radio diffusée sur Internet et celle du podcasting indépendant, et ensuite la présence d'une appropriation du dispositif et de ses codes qui dépasse la simple utilisation d'un support de diffusion. Nous avons ensuite présenté les usages spécifiques au podcasting indépendant sous l'angle des compétences techniques et communicationnelles mobilisées. Ce faisant, nous avons explicité l'enjeu de l'expertise qui teinte ce type d'usages participatifs sur Internet, de même que la transparence dans l'usage du dispositif. Nous avons finalement observé les valeurs qui se dégagent de l'usage du podcasting, à commencer par l'authenticité dans laquelle s'imbrique une logique de personnalisation et la valorisation du « fait maison ». Cet aspect de la démonstration s'est terminé en explicitant le phénomène d'auto-référencement observé, qui s'articule à un enjeu de reconnaissance.

Cette dernière section a clos le chapitre IV et nous a permis d'ouvrir le chapitre V en reprenant la dynamique de la valorisation de soi par rapport à la recherche de reconnaissance, cette fois en explicitant l'angle de l'énonciation de soi dans la construction d'une identité collective. Nous avons ensuite présenté les principaux éléments d'une grammaire du podcasting en regard de son style ; nous avons montré que celle-ci est marquée par un régime de la familiarité et par l'authenticité prisée dans la pratique. L'analyse du détournement du lexique de la radio a complété cette présentation de la grammaire du podcasting. L'examen des objets emblématiques du répertoire stylistique a suivi, nous y avons présenté le iPod, l'ordinateur et le site Web ainsi que leurs fonctions symboliques pour les acteurs. Nous nous sommes penchés sur la pratique du DJing afin d'observer comment le podcasting indépendant s'approprie la musique et la manière dont cette dernière est intimement liée aux processus identitaires observés. Le chapitre V s'est conclu par une section où nous avons observé nos résultats à l'aune des concepts de sous-culture et de style. Il s'est dégagé de cet

exercice que le sens du podcasting était à lier avec une volonté alternative et autonome qui s'inscrit en réaction au système médiatique traditionnel, vu comme étant rigide et peu innovant.

Ainsi, le sens du style du podcasting indépendant nous permet de conclure que cet usage contributif spécifique se déploie à la fois en marge et en réaction à une radio traditionnelle jugée trop conventionnelle, commerciale et impersonnelle. Par leur pratique, les podcasters indépendants cultivent au contraire un lien identitaire fort et ancrent leur démarche dans un esprit d'authenticité.

BIBLIOGRAPHIE

- ALLARD, Laurence. 2007. « Blogs, Podcasts, Tags, Mashups, Locative Medias – Le tournant expressiviste du web » in *Médiamorphoses*. No. 2. Pp. 57-62.
- ALLARD, Laurence. 2005. *Express yourself 2.0 ! Blogs, podcasts, fansubbing, mashups... : de quelques agrégats technoculturels à l'âge de l'expressivisme généralisé*. Freescape Biblio. 27 décembre. <http://www.freescape.eu.org/biblio> Accédé le 12 janvier 2009.
- ALLARD, Laurence et Frédéric Vandenberghe. 2003. « Express Yourself! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer-to-peer », in *Réseaux*. Vol. 117. Pp. 191-219.
- ARVIDSSON, Adam. 2000. « Book Reviews : L. Boltanski [sic] & E. Chiapello : Le nouvel esprit du capitalisme. Paris : Gallimard, 1999. T. Frank : The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture and the Rise of Hip Consumerism. Chicago : University Press, 1998. » in *Acta Sociologica*. Vol. 43. Pp. 276 – 278. <http://asj.sagepub.com/cgi/reprint/43/3/276>
- BECKER, Howard S. 1963. « The Culture of a Deviant Group – The Dance Musician » in *The Subcultures Reader*. Éd. Ken Gelder. London et New York : Routledge. Pp. 438-447.
- BERRY, Richard. 2006. « Will the iPod Kill the Radio Star ? Profiling Podcasting as Radio » in *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 12. No. 2. 2006, Pp. 143 – 162. <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/12/2/143>
- BLONDEAU, Olivier, avec la coll. de Laurence Allard. 2007. *Devenir Média. L'Activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Paris : Amsterdam.
- BOYD, Danah. 2008 « Facebook's Privacy Trainwreck : Exposure, Invasion and Social Convergence », in *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 14. No. 1. Pp. 13 – 20. <http://con.sagepub.com/cgi/reprint/14/1/13>
- BRETON, Philippe et Serge Proulx. 2006. *L'Explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*. Montréal : Boréal.

- BRUNS, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond. From Production to Produsage*. New York : Peter Lang.
- CARDON, Dominique et Hélène Delaunay-Teterel. 2006. « La production de soi comme technique relationnelle – Un essai de typologie des blogs par leurs publics ». Version de travail No.2 de l'article paru in *Réseaux*. Vol. 4. No 138. Pp. 15 – 71.
- CASTELLS, Manuel. 2006. « Émergence des médias de masse individuels », in *Le Monde diplomatique*. Août. <http://www.monde-diplomatique.fr/2006/08/CASTELLS/13744>
- CLARKE, John, Stuart Hall, Tony Jefferson et Brian Roberts. 1976. « Subcultures, Cultures and Class », in *Resistance Through Rituals – Youth Subcultures In Post-War Britain*. Éd. Stuart Hall et Tony Jefferson. Londres – Melbourne – Sydney – Auckland – Johannesburg : Hutchison. Pp. 9 – 79.
- CLARKE, John. 1976. « Style », in *Resistance Through Rituals – Youth Subcultures In Post-War Britain*. Éd. Stuart Hall et Tony Jefferson. Londres – Melbourne – Sydney – Auckland – Johannesburg : Hutchison. Pp. 175 – 191.
- COUTURE, Stéphane. 2007. *Logiciel libre, activité technique et engagement politique : la construction du projet GNU en Argentine*. Mémoire présenté comme exigence partielle à la maîtrise en communication. UQAM.
- DEUZE, Mark. 2006. « Participation, Remediation, Bricolage : Considering Principal Components of a Digital Culture », in *The Information Society*. Vol. 22. Pp. 63-75.
- Discovery Channel. 2006. *The iPod Revolution*. Vidéo. 43min. 33 sec. <http://video.google.ca/videoplay?docid=6960974522224017009#> Accédé le 4 octobre 2008.
- FRANCK, Thomas. 1997. *The Conquest of Cool - Business, Counterculture and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago : University of Chicago Press.
- GELDER, Ken. 2005 [orig. 1997]. *The Subulctures Reader*. London et New York : Routledge.
- GITELMAN, Lisa. 2006. *Always Already New : Media, History, and the Data of Culture*, Cambridge : MIT Press.
- GLASER, Barney. 1978. *Theoretical Sensitivity*. Mill Valley : Sociology Press.
- GLASER, Barney et Anselm Strauss. 1967. *The Discovery of Grounded Theory : Strategies for Qualitative Research*. Chicago : Aldine.
- GOFFMAN, Erving. 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne*, Tomes I et II, Paris : Éditions de minuit.

- GRAND'MAISON, Sylvain. 2008. *Le Québec en baladodiffusion*. Épisode # 34. 31 mai. <http://quebecbalado.com/?p=86>
- GRAND'MAISON, Sylvain. 2008. *Le Québec en baladodiffusion*. Épisode # 28. 22 janvier. <http://quebecbalado.com/?p=72>
- GUILLEMETTE, François. 2006. « L'approche de la Grounded Theory ; pour innover? » in *Recherches qualitatives*. Vol. 26. No. 1. Pp. 32 – 50.
- HALL, Stuart. 2008. *Identités et cultures – Politiques des cultural studies*. Paris : Éditions Amsterdam. [Nouvelle édition augmentée. Trad. orig. 2007].
- HALL, Stuart et Tony Jefferson. 1976. *Resistance Through Rituals – Youth Subcultures In Post-War Britain*. Londres – Melbourne – Sydney – Auckland - Johannesburg : Hutchison.
- HEBDIGE, Dick. 2008 [orig. 1979]. *Sous-culture - Le sens du style*. Paris : La Découverte.
- HEBDIGE, Dick. 1983. « Posing... Threats, Striking... Poses – Youth, Surveillance, and Display ». in *The Subulctures Reader*. Éd. Ken Gelder. London et New York : Routledge. Pp. 288-298.
- HONNETH, Axel. 2002. *La lutte pour la reconnaissance*. Paris : Les éditions du Cerf.
- JENKINS, Henry. 2006. *Convergence Culture - Where Old And New Media Collide*. New York – London : New York University Press.
- JENKINS, Henry. 2004. « The Cultural Logic of Media Convergence », in *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 7. No.1. Pp. 33-43. <http://ics.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/1/33>
- JOUËT, Josianne. 2000. « Retour critique sur la sociologie des usages », in *Réseaux*. No. 100. Pp. 487-521.
- JOUVENET, Morgan. 2001. « Emportés par le mix - Les DJ et le travail de l'émotion », in *Terrain*. No. 37. <http://terrain.revues.org/index1297.html>
- KAUFMANN, Jean-Claude. 2007. *L'entretien compréhensif – L'enquête et ses méthodes*. 2^e édition. Paris : Armand Colin.
- LAING, Dave. 1985. « Listening to Punk », in *The Subulctures Reader*. Éd. Ken Gelder. London et New York : Routledge. Pp. 448-459.
- LASALLE, Laurent. 2009. « Réparation de la vitre d'un iPhone : opération difficile mais possible », billet de blogue in *Mes paroles s'envolent*. 30 mai. <http://mesparollessenvolent.com/2009/05/reparation-iphone/>

- LASALLE, Laurent. 2009. *Mes paroles s'envolent*. Épisode # 84. 3 mars. <http://mesparolessevolent.com/2009/03/mpsenvolent084/>
- LASALLE, Laurent. 2008. « Si j'écoute des podcasts? Ben oui, j'écoute Christiane Charrette... » billet de blogue in *Mes paroles s'envolent*. 22 octobre. <http://mesparolessevolent.com/2008/10/si-jecoute-des-podcasts-ben-oui-jecoute-christiane-charrette/>
- LESSIG, Lawrence. 2008. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London : Bloomsbury Academic.
- LEVY, Steven. 2006. *The Perfect Thing – How the iPod Shuffles Commerce, Culture, and Coolness*. New York, London, Toronto, Sydney : Simon & Schuster.
- MANNHEIM, Karl. 1928. Le problème des générations. Paris : Nathan. [trad. 1990].
- MARCOUX, Stéphanie. 2008. *Les Vagues divagations*. Épisode # 2. 20 octobre.
- NORMAN, Donald A. 1998. *The Design of Everyday Things*. Cambridge : MIT Press.
- O'NEILL, Brian. 2006. « CBC.ca: Broadcast Sovereignty in a Digital Environment », in *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 12. No.2. Pp. 179 – 197. <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/12/2/179>
- O'REILLY, Tim. 2004, « What Is Web 2.0 », in *O'Reilly's Blog*. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
Consulté le 25 avril 2007.
- PAILLÉ, Pierre. 1994. « L'analyse par théorisation ancré », in *Cahiers de recherche sociologique*. No. 23.
- PAUWELS, Luc. 2005. « Websites as visual and multimodal cultural expressions : opportunities and issues of online hybrid media research », in *Media, Culture & Society*. No. 27. Pp 604 – 613. http://mcs.sagepub.com/cgi/pdf_extract/27/4/604
- PITRE, Shawn. 2003. *Cultural Studies & Hebdige's Subculture : The Meaning of Style*. <http://www.tagg.org/students/Montreal/Tendances/PitreHebdige.html>
- PodCamp Montréal. <http://podcampmontreal.org/?wptheme=fr> Accédé le 17 février 2009.
- PRÉEL, Bernard. 2000. *Le choc des générations*. Paris : La Découverte.
- PROULX, Serge. 2009. « Form of User's Contribution in Online Environments : Mechanisms of Mutual Recognition Between Contributors », Colloque *The Good, The Bad and The Challenging – The user and the future of information and communication technologies*. Copenhagen, Danemark. 13-15 mai.

- PROULX, Serge. 2008. « La sociologie des usages, et après ? ». Conférence au XVIII^e Congrès international des sociologues de langue française (AISLF). Groupe de travail *Sociologie de la communication*. Istanbul, Turquie. 7-11 juillet.
- PROULX, Serge. 2007. « Usages des technologies de l'information et de la communication », notes du cours *Approches théoriques de la communication médiatique*. Université du Québec à Montréal. 12 décembre.
- PROULX, Serge. 2005. « Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux - modèles – tendances ». Conférence inaugurale du colloque *Enjeux et usages des TIC, Aspects sociaux et culturels*. Université de Bordeaux III, septembre.
- PROULX, Serge, et Guillaume Latzko-Toth. 2001. « La virtualité comme catégorie pour penser le social : l'usage de la notion de communauté virtuel », in *Sociologie et sociétés*. Vol. 32. No. 2. Pp 99 -122.
- PROULX, Serge. 1994. « Les différentes problématiques de l'usage et de l'utilisateur », in André Vitalis, *Médias et nouvelles technologies - Pour une socio-politique des usages*. Rennes : Apogée. Pp. 149 - 159.
- RUEFF, Julien. Rueff, J. (à paraître). « Penser les modes de socialisation médiatisée : de l'admiration à l'estime dans les mondes numériques », in *Questions de communication*, hors-série.
- SASSEVILLE, Martin. 2007. *Critique épistémologique du concept de sous-culture*. Mémoire présenté comme exigence partielle à la maîtrise en sociologie. UQAM.
- SIMONDON, Gilbert. 1958. *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris : Aubier.
- SMITH, Julien. *In Over Your Head*. <http://inoveryourhead.net/>. Accédé le 24 novembre 2008.
- SOULÉ, Bastien. 2007. « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », in *Recherches qualitatives*. Vol. 27, No. 1. Pp. 127-140.
- STERNE, Jonathan, Jeremy Morris, Michael Brendan Baker et Ariana Moscote Freire. 2008. « The Politics of Podcasting », in *Fibreculture Journal*. No. 13. http://journal.fibreculture.org/issue13/issue13_sterne.html#top
- TAYLOR, Charles. 1998. « Le Fondamental dans l'histoire ». Chapitre in Ronald Beiner, Guy Laforest, Charles Taylor et Philippe de Lara. *Charles Taylor et l'interprétation de l'identité moderne. Actes du colloque tenu au Centre culturel international de Cerisy-la-Salle*. Paris : CERF, Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval.
- TÖNNIES, Ferdinand. 1992 [éd. orig. 1887]. *Communauté et société*. Extraits reproduits dans Karl VanMeter (dir.). Paris : Larousse, coll. « Textes essentiels ». Pp. 195-211.